نور نشر
NOOR
PUBLISHING



ناصر الغزواني

# تأثير التغيرات الديموغرافية العالمية على طبيعة الطلب السياحي الدولي

## بالتطبيق على مصر

**ناصر الغزواني**

**تأثير التغيرات الديموغرافية العالمية على طبيعة الطلب السياحي الدولي**

ناصر الغزواني

# تأثير التغيرات الديموغرافية العالمية على طبيعة الطلب السياحي الدولي

## بالتطبيق على مصر

Noor Publishing

**Impressum**
Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek: Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.
Alle in diesem Buch genannten Marken und Produktnamen unterliegen warenzeichen-, marken- oder patentrechtlichem Schutz bzw. sind Warenzeichen oder eingetragene Warenzeichen der jeweiligen Inhaber. Die Wiedergabe von Marken, Produktnamen, Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen u.s.w. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutzgesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

**البيانات القانونية**
معلومات ببليوجرافيـة للمكتبة الوطنية الألمانية : المكتبة الوطنية الألمانية تسـجل هذا المنشور في الببليوجرافيـا الوطنيـة الألمـانية http://dnb.d-nb.de.:تفاصـيل البيانات الببليوغرافية موجودة على شبكة الإنترنت تحث الموقع التالي
جميـع العلامـات التجاريـة والمنتجـات المسـتخدمة في هـذا الكتـاب تخضع لقـانون براءة اخـتراع ،وهي علامـات تجاريـة مسـجلة لأصحابها. استنساخ الأسـماء التجاريـة، أسـماء المنتجات ،أسـماء مشتركـة في هـذا المنشور ،حتى من دون وضع العلامات الخاصـة لا يعني أن هذه الأسـماء هي معفاة من التشريعات التجارية لحماية العلامة ،وبالتالي يمكن استخدامها من طرف أي شخص.

Coverbild / صورة الغلاف
www.ingimage.com

Verlag / دار النشر
Noor Publishing
ist ein Imprint der / is a trademark of
OmniScriptum GmbH & Co. KG
Bahnhofstraße 28, 66111 Saarbrücken, Deutschland / Germany
Email / البريد الإلكتروني
info@omniscriptum.com

Herstellung: siehe letzte Seite /
طبع :انظر أخر صفحة
**ISBN / رقم دولي معياري للكتاب:**
**978-3-330-84357-8**

Zugl. / Approved by: 2014 الإسكندرية- جامعة الإسكندرية

# تأثير التغيرات الديموغرافية العالمية على طبيعة الطلب السياحي الدولي " بالتطبيق على مصر"

تأليف:

## ناصر عبد الكريم الغزواني

## 2016

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

أَفَلَمْ يَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَيَنْظُرُوا كَيْفَ
كَانَ عَاقِبَةُ الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ ۚ كَانُوا
أَكْثَرَ مِنْهُمْ وَأَشَدَّ قُوَّةً وَآثَارًا
فِي الْأَرْضِ فَمَا أَغْنَىٰ عَنْهُمْ مَا كَانُوا
يَكْسِبُونَ.

"غافر: 82"

# إهداء خاص

إلى أمي وأبي الأعزاء....

إلى أخوتي الأحباء...

إلى شريكة حياتي الغالية..

إلى أصدقائي الكرام....

أهدي إليهم هذا الكتاب......

# قائمة المحتويات

# قائمة الخرائط



# قائمة الأشكال

# قائمة الجداول

## مقدمة

تتكون صناعة السياحة من جانبين رئيسيين : **جانب العرض وجانب الطلب**، يتعلق الجانب الأول، العرض، بذلك المنتج المقدم لتلبية رغبات المستهلكين ويشمل المقومات الطبيعية والبشرية والتسهيلات المقدمة للسائحين. بينما يتعلق الجانب الثاني– الطلب– بطلب أولئك السائحين على المنتج المقدم من جانب الدولة السياحية أثناء الاقامة فيها وحتى قبل خروجهم في الرحلة السياحية. هذا، ولقد أثرت جملة من التغيرات الجوهرية التي شملت التطورات الاقتصادية والسياسية والاجتماعية والثقافية والتكنولوجية على مسألة الطلب السياحي على اعتبار أن تلك العملية الأخيرة تدخل في صميم تكوين المستهلك السياحي .إن الطلب السياحي يتميز بكثافته في الوقت الحالي، وليس أدل على ذلك من تسجيل الطلب السياحي الدولي لمعدلات كبيرة ومتزايدة باستمرار، حيث تنامى هذا الطلب بنسبة 4.5% بين يناير– أغسطس 2011، وسجلت المقاصد السياحية عبر العالم حركة سياحة تقدر بنحو 671 مليون سائح دولي في هذه الفترة، أي بزيادة قدرها 29 مليون سائح عن نفس الفترة في العام السابق2010 (والذي سجل عدد وصول كلي للسياحة الدولية بلغ 935 مليون سائح)[1]، وأستمر هذا المعدل في النمو حتى وصل إلى أكبر معدل له عام 2015، حيث بلغ عدد السائحين المغادرين للخارج نحو مليار و184 مليون شخص ( منظمة السياحة العالمية 2016).

إن نجاح الدولة السياحية يعتمد على التقييم الناجح لجملة العوامل والتطورات المؤثرة على عملية الطلب السياحي، ومن ضمن هذه التطورات التي يجب أن تتفهمها الدولة السياحية هي مسألة التغيرات الديموغرافية، والتي يقصد بها تلك **الاختلافات والتغيرات التي طرأت على التركيبة الديموغرافية للسكان** ،هذه التركيبة التي تشمل بدورها عدة عناصر وتقسيمات مختلفة يطلق عليها "**الظاهرة الديموغرافية**"، وهذه العناصر تشمل عدة متغيرات مجتمعة مثل مستوى التعليم ومستوى الدخل والمستوى الاجتماعي والثقافي "القيم والطموحات" والعمر والجنس وتركيبة الأسرة والجنسية والمعتقدات الدينية والمستوى الصحي ومستوى المعيشة **Lifestyle**، فضلا عن عدة متغيرات أخرى هامة مثل معدلات الخصوبة **Fertility** والهجرة ومعدلات النشاط الاقتصادي وأنماط العمل **Work Patterns**. وهذه التغيرات الديموغرافية سوف تترك تأثيرا بالغا على تنوع المنتجات السياحية من ناحية، وتفردها من ناحية أخرى، وسوف تلعب **دورا بالغ الأهمية** في التأثير على طبيعة الطلب السياحي في العقود القادمة. ومما لاشك فيه هنا ، فإن المزيد من التغير في تلك الخصائص الديموغرافية للطبقات المختلفة من البشر **قد إنعكس** على الطلب السياحي نفسه. إن

(1) UNWTO، World Tourism Barometer،Volume9، October 2011،P1.

مستقبل النمو السياحي سوف يعتمد إلى حد معين على **كيفية تفهم صناعة السياحة لهذه الاتجاهات الاجتماعية والديموغرافية** والتي سوف تؤثر بدورها على سلوكيات المسافر(1) . ومصر كبقية الدول السياحية، يتعرض الطلب السياحي الدولي الخاص بها إلى التذبذب بين الحين والأخر بسبب جملة من العوامل والتطورات السياسية والاقتصادية وغيرها، والكشف عن مايمكن أن تقدمه تلك التغيرات الديموغرافية المختلفة للطلب السياحي الدولي على مصر سوف يشكل أهمية واضحة، على اعتبار أن قياس طبيعة هذا الطلب قد يضع أساس بارز لأساسيات التنمية السياحية في الدولة **وكيف ينبغي أن تكون.**

(1) Ian Yeoman،Cathy H.C.Hsu،Karen A.Smith and Sandra Waston، Tourism and Demography: An Overview،Goodfellow Publishers Ltd،November،2010،P88

# الفصل الأول

## التقسيمات الديموغرافية والطلب السياحي الدولي

### مقدمة

تعد ظاهرة الديموغرافيا إحدى الظواهر الهامة التي تحدد مدى درجة تقدم أي مجتمع والتي تبنى استنادا على بياناتها جميع الخطط التنموية داخل أي دولة. وسوف يتناول الفصل الأول من خلال مبحثه الأول توضيح ماهية الديموغرافيا بصفة عامة من حيث استعراض طبيعة وخصائص هذه الظاهرة المركبة والتحديد الدقيق لما تشمله هذه الظاهرة ووظيفة الدراسات المتعلقة بها من جوانبها المختلفة، وبعد ذلك يتطرق المبحث إلى الحديث بصفة عامة عن تلك التقسيمات الديموغرافية المعروفة، بحيث يتم بنوع من التفصيل توضيح خصائص وحقائق هذه التقسيمات الديموغرافية والتي سوف تشمل **تقسيمات اجتماعية:** النوع- السن- الهجرة- معدل الخصوبة- تركيبة الأسرة- مستوى المعيشة- الجنسية والديانة- الحالة الاجتماعية، **تقسيمات اقتصادية:** مستوى الدخل- معدلات النشاط الاقتصادي- أنماط العمل، **تقسيمات صحية:** المستوى الصحي، **تقسيمات علمية ثقافية:** المستوى التعليمي والثقافي. بينما يتناول المبحث الثاني عرض أهم التغيرات العالمية المؤثرة على الطلب السياحي الدولي، والتي سوف تشمل ستة عناصر: **سلوك المستهلك،السياسات السياحية، العامل الاقتصادي،التغيرات الديموغرافية، التغيرات التكنولوجية والتهديدات.** وأهمية هذا الفصل تكمن بصفة عامة في معرفة طبيعة التقسيمات الديموغرافية المختلفة والتي سوف **يرتكز عليها البحث فيما بعد** من حيث تناول علاقة وتأثير التغيرات العالمية التي طرأت على هذه التقسيمات على طبيعة صناعة السياحة بشكل عام، والطلب السياحي الدولي بشكل خاص. كما تكمن أهمية هذا الفصل في تناول التغيرات العالمية المؤثرة على طبيعة الطلب السياحي الدولى مع ماقد يمثله ذلك من أهمية في عمل استعراض شامل لهذه التغيرات، فضلا عن أهمية استعراض تأثير التغيرات الديموغرافية بصفة خاصة على طبيعة هذا الطلب السياحي الدولي. وعلى ذلك، فإن هذا الفصل يهدف بشكل أساسي إلى توضيح حقيقة الديموغرافيا وطبيعة تقسيماتها والتي سوف يتم الخوض فيها فيما بعد من حيث تأثير التغيرات المرتبطة بها على الطلب السياحي الدولي من ناحية، والتعرف على أهم التغيرات العالمية المؤثرة على الطلب السياحي الدولي من ناحية أخرى، باعتبار أن ذلك الأمر يمثل مقدمة هامة جدا قبل الخوض في أجزاء لاحقة في تأثير أهم هذه التغيرات على الإطلاق "**التغيرات الديموغرافية**" على الطلب السياحي الدولي.

## أولا: ماهية وأنواع التقسيمات الديموغرافية المختلفة

يعد الإنسان **المحرك الرئيسي** لمختلف أوجه الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية عبر أرجاء المعمورة، وبالتالي فإن الإنسان يخضع للدراسة من خلال عدة أوجه انطلاقا من وجود الحاجة للحصول على بيانات متعلقة بالظواهر والخصائص الديموغرافية. ويرتبط الغرض المتعلق بدراسة الديموغرافيا في فهم وتوضيح المكونات الحيوية مثل معدلات الميلاد والوفيات والتحركات الطبيعية، استنادا إلى التداخل الزمني–المكاني بين هذه المكونات والذي يسبب بدوره اختلافات زمنية ومكانية فيما يتعلق بالعدد، التوزيع وتركيبة السكان(1). وفيما يتعلق بالمنهج، فيستخدم في البحث الديموغرافي كل السبل التي يتبعها العقل في استخلاص المعرفة،مع اضافة أن الطريقة الاحصائية تلعب دورا له أهمية خاصة في هذا البحث(2).

**الأصل اللغوي لكلمة ديموجرافيا**

إذا نظرنا إلى لفظ **ديموجرافيا Demography** نجد أنه يتكون من كلمتين يونانيتين، الأولى: **"Demo"** ومعناها **الناس**، والثانية **"Graphe"** ومعناها **الوصف** . ولقد كانت هناك محاولة لاستبدال لفظ **ديموجرافيا** الذي يتضمن معنى الوصف بلفظ **ديمولوجيا** الذي يتضمن في عنصره الثاني معنى **العلم** (أي علم الناس هنا بدلا من وصف الناس) وذلك بهدف الاشارة إلى الناحية العلمية في البحث السكاني، غير أن هذه المحاولة لم تستمر كثيرا.

**الاختلاف بين التحليل الديموجرافي والدراسات السكانية:**

في الديموجرافيا يجب التفرقة بين وجهين متميزين هما: **التحليل الديموجرافي Demographic Analysis والدراسات السكانية Population Studies**. **الأول** يهتم بالدراسة الاحصائية لحجم وتركيب وتوزيع السكان إلى جانب مكونات النمو السكاني، بينما **الثاني** يركز على العلاقات المتبادلة بين السكان من ناحية، والمتغيرات في العلوم الاقتصادية والاجتماعية من ناحية أخرى. وهذا يعني أن التحليل الديموجرافي يعتمد أساسا على الأساليب التي

---

(1) Mijalce Gjorgievsk.2011، Analysis of the demographic potential in function of tourism، Paper، *UTMS* Journal of Economics 2 (1)،P 51.

(2) محمد دويدار ،مبادئ الاقتصاد السياسي، كلية الحقوق، جامعة الإسكندرية "بدون سنة نشر"، ص39.

ويشير نفس هذا المصدر إلى أن اصطلاح الديموغرافيا قد استخدم للمرة الأولى بواسطة Achille Guillard في كتابه المتعلق بالاحصائيات السكانية والديموغرافية في باريس عام 1855.

تستخدم في التحليل الاحصائي، وأكثر من ذلك نجد أن الخصائص السكانية تستخدم كمتغيرات مستقلة لوصف التغيرات التي تحدث في الخصائص السكانية الأخرى، مثال ذلك عند بحث علاقة معدلات الوفيات بالتركيب العمري للسكان.

على العكس نجد أن **الدراسات السكانية** تركز على نوعية الدراسات التي تفحص تأثير بعض الخصائص غير الديموجرافية على متغير ديموجرافي أو أكثر، كما هو الحال عندما نجد الباحث يلجأ إلى تفسير اختلافات الخصوبة في ضؤ الاختلافات التي تحدث في تركيب الأسرة أو عادات الزواج السائدة وكلاهما من المتغيرات الاجتماعية.(1)

والدراسة الديموغرافية دراسة تحليلية في أصلها تقوم على أسس احصائية، فهي دراسة احصائية تحليلية تنتخب قطاعا طوليا في السكان أو تقوم بانشاء نماذج رياضية كأهرام السكان أو أمد الحياة وأملها بالنسبة للفرد في أي فئة من فئات السن أو معدلات الزيادة الطبيعية تحت ظروف مختلفة، وهذه التحليلات الديموغرافية قدمت لنا صورة حسنة لما يمكن أن يحدث من تغيرات سكانية خلال عدة أجيال في كثير من بقاع الأرض(2).

ولاشك أن العوامل الديموغرافية مثل المواليد والوفيات وفئات السن وتكوين السكان من حيث النوع (ذكور وإناث)، عوامل متغيرة تتأثر بعدد كبير من العوامل المتغيرة الأخرى، كما يؤثر بعضها في البعض الأخر، فتكوين السكان من حيث النوع يتأثر بالمستوى الحضاري للسكان ونظرتهم إلى المرأة ومقدار حرصهم على حياة الرضيع سواء كان ذكرا أم أنثى، كما يتأثر بالحالة السياسية العامة للسكان، من حيث الخوف أو الأمن، إذ أن معظم ضحايا الحرب من الشباب، أي الذكور دون الأناث، ويتأثر بحالة الأقليم نفسه، هل رعوي أو زراعي أو صناعي، هل هو أقليم قديم العهد بالعمران أو مفتوح للهجرة، فمثلا ترتفع نسبة الذكور في البلاد المفتوحة للهجرة، بينما هي في البلاد العريقة عادية النسبة.

وهناك مثال أخر خاص بمعدلات المواليد، فهذه تختلف في كل فئة من فئات السن لدى الإناث، إذ أن الأمهات دون العشرين من العمر أقل انجابا من الأمهات ما بين العشرين والثلاثين، ثم تقل نسب المواليد في فئات سن الأمهات بعد الثلاثين حتى الخامسة والأربعين. ومن ثم كانت معدلات المواليد العامة تعتمد على توزيع فئات السن في الإناث خاصة، ونسب هذا التوزيع في

(1) مصطفى الشلقاني، طرق التحليل الديموجرافي، طبعة ثانية، جامعة الكويت،1994، ص ص: 11-12-13.
(2) محمد السيد غلاب، محمد صبحي عبد الحكيم، السكان ديموغرافيا وجغرافيا، الطبعة السادسة، مكتبة الأنجلو المصرية، 1998، ص ص: 6-7.

السكان عامة. وهكذا تعتمد تغيرات السكان على عوامل متغيرة (متغيرات)، وهذا هو مجال الديموغرافيا الصحيح: دراسة التغيرات (في السكان) والمتغيرات (العوامل السكانية) دراسة احصائية[1].

ومن الصعب أن نتصور وضع خطة تنمية اقتصادية دون ادراك كامل بالقوة العاملة في السكان ( أي السكان المنتجين) ومدى تغيرها في سنى الخطة المستقبلة، وعدد السكان (المستهلكين) وعلاقتهم بمستوى المعيشة العام. فالسكان من أهم العوامل الاقتصادية سواء كان ذلك في الجهات المكتظة بالسكان أو قليلة السكان، كما أن رفاهية السكان وارتفاع مستواهم الصحي والثقافي هو هدف أي تنمية اقتصادية واجتماعية. والسكان– من حيث جنسهم ودرجة لياقتهم الصحية، ومستواهم الثقافي والحضاري–هم عماد الأمة ويدها العاملة في الحقل والمنجم والمصنع، ويدها الباطشة في ميدان القتال، ومن ثم لايمكن– لدى تقرير قوة أي دولة– اغفال العامل السكاني مطلقا، ومن ثم أيضا كان اهتمام المشتغلين بعلوم السياسة وفنون القتال بالسكان كما وكيفا.

وبهذا تستطيع الديموغرافيا أن تصل إلى مجموعة من الحقائق السكانية، ذات انتظام معين، أي إلى حقائق واحدة متى تشابهت ظروف معينة، وهذه تسمى أنماط سكانية، كما وصلت إلى أنماط من الاتجاهات السكانية التاريخية، كل نمط يمثل مرحلة تاريخية سكانية، مثل مرحلة النمو السريع، ومرحلة الثبات السكاني ومرحلة انخفاض معدلات المواليد، وهكذا[2].

**فلنستنتج إذا**

- الديموغرافيا علم يهتم بعملية الوصف الاحصائي الخاصة بحجم وتوزيع وتركيب السكان في مجتمع ما، أي أنه يهتم بوضع تصور احصائي معين لمجموعة من الأفراد في المجتمع من حيث أعمارهم ونوعياتهم **وخصائصهم المختلفة** الاقتصادية والاجتماعية والعلمية والثقافية...الخ، وذلك دون الاهتمام بعملية وصف أو دراسة **سلوك الأفراد** داخل هذه المجموعة.
- الديموغرافيا تهتم بدراسة الظاهرة السكانية، ووصف واحصاء المتغيرات المختلفة المتعلقة بهذه الظاهرة المعقدة، وفيها جانب أخر يتعلق بالدراسات السكانية بمفهومها الشامل والتي تقوم بدراسة الظاهرة السكانية من حيث علاقتها بظواهر ومتغيرات مختلفة اقتصادية واجتماعية وثقافية..الخ، وترتبط في ذلك هذه الدراسات مع علوم أخرى مختلفة.

(1) محمد السيد غلاب، محمد صبحي عبد الحكيم، المرجع السابق، ص4.
(2) المرجع السابق، ص ص:5–7.

- خلاصة الأمر هنا، أن **الديموغرافيا تهتم بخصائص الأفراد وليس سلوكهم** وترتبط بدراسات كمية ونوعية خاصة بالسكان وتبحث في تأثير المتغيرات الديموغرافية لوصف الاختلافات في متغيرات أخرى غير ديموغرافية، كما تبحث في تأثير هذه المتغيرات الأخيرة على المتغيرات الديموغرافية.[1]

وتشمل الديموغرافيا عدة تقسيمات وعناصر تدخل في تكوينها تشكل مجتمعة مايطلق عليه الظاهرة الديموغرافية، وتشمل هذه العناصر عدة متغيرات مجتمعة مثل مستوى التعليم ومستوى الدخل والمستوى الاجتماعي والثقافي" القيم والطموحات...الخ" والسن والنوع والتركيبة الاجتماعية "الأسرة" والجنسية والديانة والمستوى الصحي ومستوي المعيشة**Life Style**، بالاضافة إلى عدة متغيرات أخرى هامة مثل معدلات الخصوبة والهجرة ومعدلات النشاط الاقتصادي " قوة العمل" وأنماط العمل **Work Patterns**.

ومن الحقائق المعروفة لدى المهتمين بدراسة السكان أن كل العوامل الديموغرافية تتجمع لتعطي التجمعات البشرية أهم صفاتها وذلك في دراسة تكوين السكان **The Composition of Population** . وهذه الدراسة كفيلة بأن تعطي المرء صورة صادقة عن طبيعة السكان من حيث النوع **Sex Morphology**، ومن حيث عدد الذكور الموجودين وعدد الإناث، إلى جانب معرفة أعمارهم **Age Composition** وتكوينهم الحرفي **Occupational Structures** والحالة الزوجية **Marital Condition** وتكوينهم الديني **Religious Composition**، وذلك لمعرفة إلى أي حد يكون المجتمع متجانس دينيا. وبالاضافة إلى ماسبق ذكره، فإن دراسة تكوين السكان تتعرض لتحليل حجم الأسرة **Size of Family** والحالة التعليمية **Educational Condition** للسكان، وذلك لكي تكون الصورة الاجتماعية والاقتصادية والطبيعية للسكان متكاملة.

---

(1) من أمثلة النوع الأول "تأثير المتغيرات الديموغرافية على المتغيرات الغير ديموغرافية"، البحث في تأثير علاقة معدلات المواليد بقوة العمل الخاصة بأفراد المجتمع ، ومن أمثلة النوع الثاني "تأثير المتغيرات الغير ديموغرافية على المتغيرات الديموغرافية"، البحث في تأثير متغيرات اجتماعية أو ثقافية معينة مثل العرف والتقاليد على معدلات ونوعية المواليد.

## التقسيمات الديموغرافية المختلفة:

## أولا: تقسيمات اجتماعية:

### 1- النوع Gender "إناث- ذكور":

تتكون أي مجموعة سكانية من ذكور وأناث وتحسب النسبة بينهما على أساس معرفة عدد الذكور إلى 100 أنثى. وهذه النسبة التي يطلق عليها أسم النسبة الجنسية قد تحسب بالنسبة للسكان ككل أو تحسب بالنسبة لفئات السن المختلفة، وذلك حسب الغرض الذي من أجله استخرجت، إذ أن استخراج النسبة الأخيرة له دلالته من حيث حساب قدرة القوى العاملة في المجتمع ومعرفة عدد الإناث في سن الإنجاب والتوصل للتنبؤ بالزيادة المستقبلية للسكان.

### 2- السن Age "أطفال- شباب- كبار سن":

تعتبر دراسة تكوين السكان من حيث فئات السن من أهم الدراسات التي تعين الباحث على تفهم القوة الانتاجية للسكان، ومعرفة اتجاه نموهم العام، وطبيعة نسب المواليد والوفيات، **وأمل الحياة Span of Life** المتوقع للأفراد. فمثلا مجتمع يتصف بارتفاع نسبة المواليد وسؤ الحالة الصحية يكون أمل الحياة لأفراده قصير، ومن ثم يتميز بوجود نسبة عالية من صغار السن وعدد قليل من كبار السن. على حين نجد المجتمع الذي تنخفض فيه نسبة المواليد وتزيد فيه الرعاية الصحية ويرتفع مستوى المعيشة فيه أن نسبة صغار السن بسيطة وكبار السن ومن هم في مرحلة الشباب كبيرة.

### 3- الهجرة Migration " داخلية- خارجية":

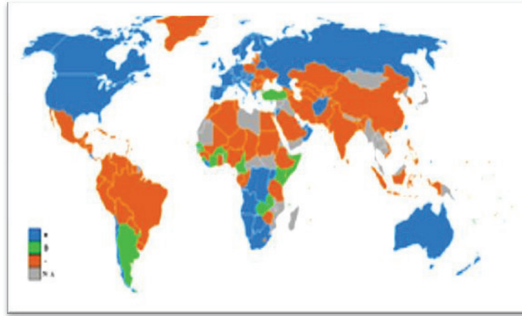
تشمل نوعين من التنقلات: **الداخلية** "داخل حدود الدولة الواحدة" **والدولية**، والنوع الثاني يكتسب أهمية متزايدة في الأوساط الأكاديمية والسياسية العالمية، فقد أتسعت الهجرة الدولية بشكل هائل خلال العقود الماضية حيث شكلت أنماط عديدة معقدة في العالم أجمع سواء تنقلات الشعوب داخليا ضمن المنطقة الواحدة أو دوليا خارج الحدود. وتؤكد الاحصاءات أن القرن العشرين شهد أكبر حركة للهجرة الدولية بجميع أنواعها إلى مناطق العالم المختلفة. وهناك عدد من الدوافع وراءها سواء كان ذلك لتأمين دخل أعلى للفرد أو استخدام أفضل الموارد أو من أجل التجارة أو التعليم أو الأمن أو في بعض الأحيان بسبب الحروب والكوارث الطبيعية[1].

---

(1) أحمد خليل الضبع،الهجرة الدولية للعمالة: الآثار والمستقبل ، تقرير، مجلة السياسة الدولية، العدد 125، يوليو 1996، ص174.

لقد كانت الهجرة عبر التاريخ رافدا مهما لتكامل الحضارات وانتقال الثقافات بين البلاد وبعضها بعضا، وكم من المهاجرين لعبوا دورا رياديا فى الحياة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، كما هو الحال فى مصر مثلا، حيث لعب المهاجرون من بلاد الشام دوراً كبيراً فى اثراء الحركة الثقافية والصحافية والمسرحية وغيرها.[1]

وتوفر الهجرة ملاذا آمنا لاقتصاد الريف المكتظ حيث لايتم تعويض ضغوط العمل في الزراعة بفرص عمل أخرى مناسبة في قطاع الصناعة أو أي قطاعات أخرى، وهنا تقوم الهجرة بتخفيف الضغط على الاقتصاد، وبالتالي تجنب حدوث هبوط في مستويات المعيشة أو حدوث أي تزايد في معدلات الوفاة التي من الممكن أن ترتفع كنتيجة طبيعية لما سبق[2].



**خريطة(1): معدلات الهجرة الصافية في عام 2008**

إيجابية
سلبية
معتدلة
عدم وجود بيانات

**المصدر: ويكيبديا:الموسوعة الحرة**

---

(1) سمير رضوان،هجرة العمالة في القرن الحادي والعشرين، مقالة منشورة بجريدة الأهرام المصرية، عدد يونيو،2006.

(2)Jean-Claude Chesnais، The Demgraphic Transition: Stages،Patterns، Economic Implications، Clarendon Press، Oxford،1992،P160.

**ومن خريطة (1) نلاحظ:**

1- مدى ارتفاع معدلات الهجرة في بعض المناطق مثل قارتي أمريكا الشمالية وأستراليا وغرب وشمال أوربا "اللون الأزرق–إيجابية".
2- تميل هذه المعدلات للانحسار في عدة مناطق مثل شمال ووسط قارة أمريكا الجنوبية وعدة مناطق في قارة أفريقيا "اللون البرتقالي – سلبية".
3- تكون المعدلات معتدلة في مناطق محدودة من العالم مثل جنوب قارة أمريكا الجنوبية وعدة دول في شرق وغرب أفريقيا"اللون الأخضر – معتدلة".
4- لايتوفر أي بيانات عن هذه المعدلات في عدة مناطق مثل شمال أفريقيا "ليبيا" وجنوب شرق أسيا "اللون الرمادي – عدم وجود بيانات".

### 4- تركيبة الأسرة Family Structure:

إذا كانت هناك مشكة سكانية في مجتمع ما، سواء أكانت ناجمة عن زيادة السكان وارتفاع معدل الخصوبة كما هو الحال في العالم الثالث، أو كانت ناجمة عن نقص السكان وتراجع معدل الخصوبة ( بعض دول أوربا)، فإن "**الأسرة**" هي المكان الذي ينبغي أن يبحث فيه عن أسباب وعن نتائج مثل هذه المشكلة. إن الأسرة هي الخلية الأولى والأساسية في أي مجتمع، وبالتالي فهي المرآة التي تنعكس عليها كافة المشاكل الاجتماعية والاقتصادية وعلى رأسها **المشكلات الديموغرافية**. وتتكون الأسرة من الأب والأم وأولادهما، ممن ينامون تحت سقف واحدة، ويطلق على الأسرة التي تضم فقط الأم والأب وأولادهما القصر **الأسرة النووية Nuclear Family**، أما إذا كانت الأسرة تتكون إما من عدة أسر نواة، أو من عدة أجيال يعيشون تحت سقف واحد (رب العائلة وزوجته وأبناؤهما +زوجات الأبناء+البنات العازبات + أقارب أخرون للأب أو للأم) فإنها عندئذ تكون **أسرة ممتدة Extended F** .[1]

### 5- معدلات الخصوبة Fertility Rates " مرتفعة– متوسطة– منخفضة":

تعرف الخصوبة بنسبة عدد الأطفال المولودين الى عدد النساء. على أننا يجب أن نلاحظ أنه بالرغم من أن الاهتمام الأساسي يكون بتأثير الانجاب على المجتمع، فإن علينا أن

(1) محمد أحمد الزعبي، الكتاب المرجعي في الثقافة السكانية: دراسة نظرية– تطبيقية، مركز الدراسات والبحوث اليمني، صنعاء"بدون سنة نشر" ص ص:103–104.

نعرف أن معدل المواليد هو عبارة عن تراكم ملايين القرارات الفردية المتعلقة بانجاب أو عدم انجاب أطفال.[1]

وينظر دائما إلى ارتفاع مستوى الخصوبة على أنه مشكلة، إذ يعد ارتفاع مستوى الخصوبة أكثر العوامل المسئولة عن ارتفاع معدلات النمو السكاني في العالم الآن. فمن الصحيح أن انخفاض معدلات الوفيات خلق المشكلة، إلا أن استمرار المعدلات المرتفعة من الخصوبة أدى إلى استمرار مشكلة ارتفاع معدلات النمو السكاني[2]. وتلعب منظومة القيم السائدة دورا هاما في التأثير على مستويات الخصوبة السكانية من خلال تحديد سن الزواج، وتحديد العدد المرغوب من الأولاد، والربط بين مكانة المرأة والخصوبة،اضافة إلى عوامل فسيولوجية أخرى مختلفة. وللخصوبة أثر عميق على التركيب العمري للسكان**Age Structure**، وذلك كون ارتفاع مستوى الخصوبة يؤدي إلى زيادة القاعدة السكانية المكونة من الأطفال، واتساع هذه القاعدة يؤدي بصورة حتمية إلى زيادة عنصر الشباب وانخفاض مستوى كبار السن من مجموع السكان. وهذا الاتساع في القاعدة والضيق في الهرم السكاني له انعكاسات اجتماعية واقتصادية متعددة تنعكس آثارها على كافة شرائح المجتمع[3].

**جدول(1): مستويات الخصوبة الكلية"طفل لكل إمرأة" في بعض دول العالم "2011"**

| الدولة | معدل الخصوبة الإجمالي ( طفل مولود لكل إمرأة) |
|---|---|
| أفغانستان | 5.64 |
| الجزائر | 1.74 |
| الأرجنتين | 2.29 |
| أستراليا | 1.77 |
| النمسا | 1.41 |
| البحرين | 1.86 |
| الصين | 1.55 |
| مصر | 2.94 |
| ليبيا | 2.9 |

**Source: CIA World FactBook "2011 estimate"**

(1) http://www.marefa.org/index.php، Accessed on 23-7-2014.
(2) Ibid.
(3) منير عبد الله كرادشة، علم السكان. الديموغرافيا الاجتماعية، عالم الكتاب الحديث، السعودية، الطبعة الأولى،2010 ص ص:79-80.

### 6- مستوى المعيشة Standard of Living " عالي– متوسط – منخفض":

يمكن تقييم مستوى المعيشة في أمة معينة بمعرفة نسبة ما ينفقه المواطنون متوسطو الدخل على سد بعض احتياجاتهم الأساسية. فقد يستخدم متوسط الانفاق الفردي على الغذاء مثلا وسيلة لقياس مستوى المعيشة. فكلما زادت النسبة المخصصة من دخل الفرد للانفاق على الغذاء، دل ذلك على انخفاض مستوى المعيشة في الدولة، لكن هذا الأسلوب لا يظهر إلا المعلومات الأساسية، ولا يبين كل شيء من المستوى الحقيقي للاستهلاك. كما أن الاقتصاديين لا يستطيعون بسهولة تحديد النسبة الحقيقية التي ينفقها الفرد من دخله على غذائه، وتمييزها عما ينفقه على الأشياء الأخرى.

كما أن مستوى المعيشة قد يقاس بوسيلة أخرى وذلك بقسمة مجموع انفاق القطاع الخاص على عدد السكان. أي قيمة مجموع ما صرفه أفراد المجتمع لشراء السلع والخدمات خلال فترة محددة. ولا تخلو هذه الوسيلة أيضا من العيوب[1]. ومستوى المعيشة من أهم المؤشرات الديموغرافية التي تساعد في وضع تصور لحالة أفراد المجتمع الاقتصادية والاجتماعية والمهنية والثقافية والصحية. وفي الغالب يتم الاستعانة بعدة معطيات أو بيانات لقياس مستوى معيشة أفراد أي مجتمع، بحيث يتم الحصول على هذه البيانات من خلال عدة منظمات حكومية وأهلية مختصة، فيتم حساب المؤشر الخاص بمستوى المعيشة "على سبيل المثال" من خلال معرفة المتوسط الحسابي لقيم البيانات المستخدمة. وهذه البيانات تتعلق في الغالب بتكلفة المعيشة Cost of Living، الثقافة والترفيه Culture and Leisure، البيئة Environment –الحرية Freedom – الصحة Health البنية التحتية Infrastructure – السلامة والخطر Safety and Risk – المناخ Climate. ويستخدم المؤشر الخاصة بالتنمية البشرية "HDI" كمكون احصائي يعبر عن المستويات الخاصة بالمعيشة وجودة الحياة في دولة ما .

(1) http://www.marefa.org/index.php/ Accessed on: 25-7-2014.



خريطة (2): مؤشر التنمية البشرية في العالم "تقديرات 2011"




المصدر: ويكيبديا :الموسوعة الحرة

ومن خلال خريطة"2" عن مستويات التنمية البشرية العالمية نهاية 2011، نلاحظ ما يلي:-

- تتركز مستويات التنمية البشرية العالية جدا "اللون الأزرق الداكن" بشكل رئيسي في غرب وشمال أوربا ، شمال ووسط أمريكا الشمالية ،أستراليا وجنوب أمريكا اللاتينية "الأرجنتين".
- مستويات التنمية البشرية العالية "اللون الأزرق" تتوزع على عدة مناطق عالمية أبرزها شمال أمريكا اللاتينية والبرازيل- المكسيك- السعودية- إيران - روسيا.
- مستويات التنمية البشرية المتوسطة "اللون السماوي الفاتح" تتركز بشكل رئيسي في عدة مناطق أبرزها مصر - جنوب أفريقيا- الصين والهند.
- مستويات التنمية البشرية المنخفضة " اللون الفاتح" تمثلها بشكل رئيسي أغلب مناطق أفريقيا.
- لاتتوفر بيانات "اللون الرمادي" في دول مثل الصومال وأوغندا في أفريقيا.

### 6- الجنسية والديانة Nationality and Religion:

يتم الحصول على البيانات المتعلقة بهذين العنصرين من واقع السجلات والاحصاءات المحلية والعالمية . ويعتبر مؤشر الجنسية من المؤشرات الديموغرافية الهامة لتسجيل تركز

جماعات من البشر في مناطق معينة داخل الحدود أو خارجها ومايرتبط بذلك من القيام بعدة أنشطة اجتماعية واقتصادية. أما الديانة فهي أيضا من المؤشرات الهامة التي توضح إلى حد كبير كيف يكون مجتمع ما متجانس من الناحية الدينية والعرقية.

**7- الحالة الاجتماعية Social Condition :**

يتم الحصول على بيانات هذا المؤشر في الغالب من خلال واقع السجلات المدنية المتوفرة في مجتمع ما، وعادة مايقسم الأفراد تحت تصنيفات اجتماعية متعارف عليها وهي: **أعزب- متزوج- مطلق أو أرمل.** وتقوم لجان التعبئة والاحصاء التابعة لأي دولة بعملية التسجيل السنوي لحالات الزواج والطلاق المسجلة داخل المجتمع وتقديم احصاءات مفصلة عن جميع تصنيفات الحالات الاجتماعية، على سبيل المثال، احصاءات مرتبطة بأولئك المتأخرين عن سن الزواج.

## ثانياً: تقسيمات اقتصادية:

**1- معدلات النشاط الاقتصادي Economic Activity Rates :**

يمكن التمييز بين ثلاثة أنماط من المهن في مختلف الدول وهي:

- **الصناعات الأولية** وتشمل المهن المنتجة كالزراعة والصناعة.
- **المهن الثانوية** وهي المتعلقة بالتجارة والمال والبنوك والأعمال.
- **مهن الدرجة الثالثة** وتشمل الخدمات المهنية والشخصية(1).

وكما يقسم السكان حسب النوع وفئات السن، يقسموا أيضا تبعا لنشاطهم الاقتصادي. وبالرغم من المشاكل العديدة التي تصحب مقارنات بيانات السكان ذوى النشاط الاقتصادي، إلا أن الطريقة المبسطة لبيان مدى مساهمة السكان في النشاط الاقتصادي في بلاد متعددة تتوقف على حساب معدل النشاط الخام. ويقصد به النسبة المئوية للسكان ذوى النشاط الاقتصادي إلى جملة السكان في جميع الأعمار. وهذه النسبة تلقي الضؤ على حجم السكان الذين يقومون بالعمل الذي تعتمد عليه الحياة الاقتصادية في مجتمع ما(2).

ومما هو جدير بالذكر هنا أن الدول المتقدمة تختلف عن تلك النامية من حيث اشتراك أكبر قدر ممكن من السكان في الأنشطة الاقتصادية المختلفة خاصة تلك الأنشطة المرتبطة بقطاعات الصناعة والتكنولوجيا، بينما تتركز مساهمة السكان في الدول النامية والمتخلفة في القطاعات الأقل تقدما مثل قطاع الزراعة.

---

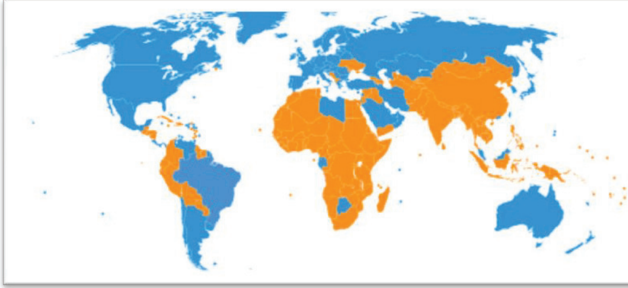
(1) محمد عبد الرحمن الشرنوبي، السكان، مكتبة الأنجلو المصرية" بدون سنة نشر" ، ص109.

(2) يسري الجوهري، جغرافية السكان، منشأة المعارف، الإسكندرية " بدون سنة نشر". ص ص: 277-285-295.

**2- مستوى الدخل Income Level " مرتفع- متوسط- منخفض":**

متوسط الدخل الحقيقي للفرد كما هو معروف ليس إلا متوسط حسابي مستخرج من قسمة الدخل القومي الحقيقي على عدد السكان. لذلك فإنه كلما ارتفعت درجة العدالة في توزيع الدخل "في الدول المتقدمة" كلما زادت الفرصة الفعلية المتاحة أمام عدد أكبر من الأفراد للتمتع بمستويات معيشة مرتفعة والانفاق على السلع والخدمات الكمالية **مثل السياحة**. ومن ناحية أخرى، كلما ساء توزيع الدخل وتركزت نسبة كبيرة منه في يد فئة قليلة من الأفراد"الدول المتخلفة"، فإن متوسط الدخل الحقيقي الفعلي لمعظم الأفراد سوف يكون منخفضا وبالتالي تقل المقدرة على الانفاق الترفيهي(1).

ومستوى الدخل هو من أهم المؤشرات الديموغرافية التي تضع تصوراً واضحاً لطبيعة المجتمع الخاصة بالانفاق والاستهلاك واتجاهات الحركات المتعلقة بالمعيشة والتنقل. ويتم حساب متوسط مستوى هذا الدخل داخل المجتمع إما وفقا لمستوى الأسعار الجارية **Current Prices** أو باستخدام أسلوب تعادل القوة الشرائية **Purchasing Power Parity** أو باستخدام المعامل الاقتصادي جيني **Gini Coefficient** (درجة المساواة المطلقة في توزيع الدخل). وارتفاع هذا المعدل الخاص بمستوى الدخل مع الحفاظ على عدم وجود تفاوتات شاسعة في هذا المستوى بين مواطني الدولة الواحدة، فإن ذلك يعني أن الدولة في وضع اقتصادي آمن ومستقر، فيما الحالة العكسية " انخفاض مستوى الدخل ووجود تفاوتات واضحة بين مواطني الدولة" تعني أن الدولة تكون في وضع غير مستقر اقتصاديا.



**خريطة(3): معدل الدخل الاجمالي العالمي لكل مواطن مقاسا بتعادل القوة الشرائية**

**أعلى من المعدل 10000 دولار أمريكي**

**أقل من المعدل 10000 دولار أمريكي**

**المصدر: صندوق النقد الدولي IMF " تقديرات 2011"**

---

(1) جليلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، الإسكندرية، 2003، ص ص: 55-57.

ومن خريطة (3) يتضح لنا:

1- إن تلك الدول التي تسجل معدل للدخل الفردي "أعلى من 10000دولار" تقع في مناطق أبرزها قارتي أمريكا الشمالية وأوربا وأستراليا "اللون الأزرق" .
2- تسجل مناطق أخرى معدل "أقل من 10000دولار"، وتقع غالبا في معظم أنحاء قارة أفريقيا ومنطقتي جنوب وجنوب شرق أسيا ومنطقتي غرب وشمال غرب أمريكا اللاتينية " اللون البرتقالي".

**3- أنماط العمل Work Patterns:**

يساعد التعرف على أنماط العمل داخل أي مجتمع على التحديد الدقيق لتوجهات المجتمع ومدى تقدمه ونهضته، على سبيل المثال، فإن تلك المجتمعات الحديثة المتقدمة هي التي تتميز بمشاركة أكبر لأفرادها في الأعمال والوظائف التقنية والصناعية المتقدمة، بينما المجتمعات الأكثر تأخراً هي تلك التي تتميز بمشاركة أكبر لأفرادها في نطاق الأعمال الزراعية والرعوية أو البدائية. وعلى ذلك فإن تقسيم أنماط العمل داخل المجتمع يعد أحد المكونات الديموغرافية الهامة التي تفيد في التعرف بدقة على مؤشرات التنمية الاقتصادية والاجتماعية في الدول المختلفة. وينقسم العمل من حيث أنماطه إلى عدة تقسيمات لعل من أبرزها التقسيم من حيث **طبيعة العمل** نفسه سواء كان عمل يدوي أو عمل آلي "والذي يعتمد في انجازه على قدر كبير من مشاركة الآلة أكثر من مشاركة العامل نفسه"، التقسيم من حيث **وقت العمل** سواء كان نظام عمل كلي أو عمل جزئي**Part-time** "والذي يناسب ظروف طبقات معينة مثل السيدات"، أو التقسيم من حيث **اشتراك الأفراد** فيه " عمل جماعي Collective أو **فردي** Individual".

## <u>ثالثاً: تقسيمات صحية:</u>

**المستوى الصحي Health Condition :**

أحد الدلالات الهامة على تقدم مستوى معيشة أي مجتمع، ويتم الحصول على البيانات الخاصة بهذا المؤشر من خلال عدة منظمات دولية ومحلية متخصصة. وزيادة المعدل الخاص بهذا المستوى يساعد بالطبع المجتمعات على المضى قدما نحو برامج النهضة والتنميتين الاقتصادية والاجتماعية من خلال توفير مناخ صحي وآمن لأفراد المجتمع، بينما على النقيض من ذلك بالطبع، فإن انخفاض وعي الحكومات والأفراد بأهمية تحقيق معدلات عالية ومرضية من هذا المستوى، فإن ذلك يعوق الدولة في التوصل لتحقيق أي نهضة اجتماعية أواقتصادية منشودة.

والصحة: «هي حالة اكتمال السلامة جسديا وعقليا واجتماعيا، لا مجرد انعدام المرض أو العجز» وفق تعريف **منظمة الصحة العالمية في عام 1978في إعلان ألما آتا**[1] **لمبادئ الرعاية الصحية الأولية.** وأشار **تقرير Le Lande** إلى أن المقومات الأساسية للصحة العامة هي أربعة، وتشمل **حقوق الأحياء، البيئة، أسلوب الحياة، وخدمات الرعاية الصحية الأولية.** وهكذا، فإن الحفاظ على الصحة وتحسينها ليس فقط عن طريق النهوض وتطبيق علوم الصحة، بل أيضا من خلال جهود الفرد وذكائه في اختيار نمط حياته في مجتمعه. ولاشك أن العامل الرئيسي هو العامل البيئي ونوعية المياه، ولا سيما بالنسبة لصحة الأطفال الرضع في البلدان النامية. حيث يكون تحقيق الصحة، والمحافظة عليها عملية صعبة وفعالة.وهناك استراتيجيات فعالة لضمان صحة الفرد وتحسينها وتتضمن العناصر التالية: **التغذية– الصحة الشخصية–الرياضة والتغذية– ممارسة التمرينات البدنية – النظافة** [2].

## رابعاً: تقسيمات علمية ثقافية:

**المستوى التعليمي والثقافي Educational and Cultural Level:**

يتم الحصول على تلك البيانات المتعلقة بالمستوى التعليمي من واقع الاحصاءات الخاصة بالدولة "خاصة إذا كانت من ضمن الدول المتطورة احصائيا" وأيضا من واقع سجلات المنظمات الدولية، ولعل أبرزها هنا في هذا السياق منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة "اليونسكو" حيث تشكل قاعدة بيانات معهد اليونسكو للاحصاء المتعلقة بالتعليم أشمل مصدر للبيانات– من نسب القيد في التعليم الابتدائي، إلى معدلات التخرج على مستوى التعليم العالي. ويشارك أكثر من 200 بلد ومنطقة في عملية المسح السنوية في مجال التعليم التي يقوم بها معهد اليونسكو للاحصاء، والتي تشمل جميع مستويات التعليم وطائفة واسعة من المسائل، كالمساواة بين الجنسين، والمعلمين والتمويل[3]. والمستوى التعليمي من العناصر الديموغرافية البارزة التي تؤثر على الاقبال وتبني مواقف معينة دون غيرها من جانب أفراد المجتمع. المستوى الثقافي يمكن التعبير عنه من خلال القيم والاتجاهات والتوقعات الذهنية والفكرية داخل أي مجتمع وبالإمكان الحصول على مؤشرات خاصة بهذه القيم والاتجاهات من خلال فرز وتحليل بيانات مختلفة متعلقة باستطلاعات للرأي أو حركات متعلقة بالسفر والعمل وقياس معدلات خاصة باهتمامات فكرية مختلفة داخل المجتمع.

---

(1) مدينة ألما أتا " عاصمة كازاخستان إحدى دول الإتحاد السوفيتي السابق".

(2) ويكيبديا، الموسوعة الحرة، تحت عنوان: الصحة، تاريخ مرور : 27–7–2014 .

(3) http://www.unesco.org /new/ar/education/themes/leading-the-international agenda /education for-all/ resources/statistics/، Accessed on 28-7-2014.

والبرامج التعليمية تتأثر دائما بالتوجهات السياسية للبلد، ويتأثر التعليم بوجهات النظر السائدة في المجتمع، وبالأعراف والعقائد. وأي نظام تربوي في العالم لايخلو من الالزام، وكان يتم قياس الحجم التعليمي في بداية الأمر من خلال نسبة الإلمام بالقراءة والكتابة، ثم أضيف إليها بعد ذلك نسبة المتعلمين حسب السنوات الأساسية في المدرسة ثم بالمستويات الثانوية والجامعية. وهناك توصيات صادرة عن العديد من المؤتمرات التي تعني بقضايا السكان تنص على ضرورة تطوير مراكز البحوث والتوثيق والمعلومات السكانية، وتعزيز واقع التعليم لتخريج كوادر بشرية متخصصة وتوفير المناخ اللازم للتوعية الفكرية ضمن إطار من العقلانية ودون تحجر أو إنغلاق[1].

(1) ندا ذبيان، الدراسات السكانية :مناهج- فلسفات- متناقضات، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان ، دمشق، سوريا، 2010، ص ص:50-51.

## ثانيا: أهم التغيرات العالمية المؤثرة على الطلب السياحي الدولي:

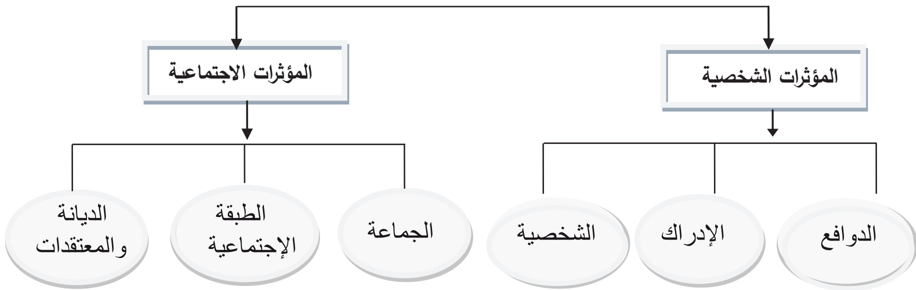
سوف يتناول هذا المبحث بشئ من التفصيل أهم التغيرات العالمية التي طرأت على عدد من العناصر الهامة والمؤثرة على عملية الطلب السياحي الدولي **International Tourist Demand**، وهي: سلوك المستهلك **Customer Behavior**، السياسات السياحية **Tourism Policies**، العامل الاقتصادي **Economic Factor**، تغير الخصائص الديموغرافية**Demographic Changes** ، العامل التكنولوجي **Technological Factor** والتهديدات **Threats**.

### أولاً: تغيرات سلوك المستهلك Customer Behavior Changes :

يصدر سلوك السائح من خلال **موقف مادي ملموس شاهدناه أو سمعنا عنه، موقف لاحظناه وعرضناه للقياس،** ومن ناحية أخرى، فإن أي رد فعل خاص من هذا السائح نحو أي منتج أو خدمة سياحية أو وقت عرض الخدمة لانعتبره سلوك، بل هو رد فعل **( وردود الأفعال هنا تتميز بالتغير الدائم والمستمر ولكن ليس لها علاقة مطلقا بالتغيرات المتعلقة بالسلوك نفسه)** وبالمثل، فإن تحليل وتفسير السائح لهذا الموقف وتحدثه عنه بالتفصيل لاندرجه ضمن خانة السلوك البشري.

فهذا السلوك لابد أن يعني تصرف معين، وهو التصرف الذي يقوم به السائح المحلي أو الأجنبي نتيجة تعرضه لمنبه داخلي أو خارجي أو كليهما تجاه الخدمات السياحية (أو مقومات الجذب السياحي مثل المصادر الطبيعية والآثار السياحية في البلد) الموجودة في السوق السياحية أو الأماكن أو المناطق السياحية التي يرتادها السائحون والتي يتوقع أن تشبع حاجاته ورغباته وحسب إمكاناته الشرائية(1).

(1) حميد عبد النبي الطائي– بشير عباس العلاق، سلوكيات السائح والطلب السياحي، عمان، الأردن، 2000، ص17.




**شكل(1): مؤثرات سلوك المستهلك السياحي**

**المصدر: صبري عبد السميع، التسويق السياحي والفندقي، أسس علمية وتجارب عربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية القاهرة،2006، ص89.**

ومن الشكل السابق "**شكل(1)**": تنقسم تلك المؤثرات على سلوك المستهلك السياحي إلى مجموعتين: **مؤثرات شخصية** تتعلق بدوافع وادراك وشخصية المستهلك نفسه، وأخرى **اجتماعية** تتعلق بالجماعة التي ينتمي إليها المستهلك وطبقته الاجتماعية وديانته ومعتقداته وماينعكس على كل ما سبق من العرف والتقاليد المختلفة التي تؤثر في اتخاذ القرار المتعلق بالسفر. وقد طرأ على كل من المجموعتين السابقتين العديد من التغيرات العالمية التي أثرت على ادراك ودوافع المستهلك وأدت إلى تغير الثقافة المتعلقة بالسفر وبالطلب السياحي.

ويتعلق سلوك المستهلك هنا بطريقة انفاق السائحين على السلع والخدمات ومواقفهم وقيمهم الخاصة بعملية الشراء، ومن أهم المؤثرات في سلوك السائح سنه وجنسه وحالته الاجتماعية والخلفية التعليمية والثقافية ومستوى الدخل المتاح ومكان العيش، ومؤثرات أخرى عديدة مثل الاهتمام بعملية السفر(1). وكل أو أغلب هذه العناصر والمؤثرات السابقة **قد خضعت لتغيرات جوهرية** غيرت من شكل سلوك المستهلك وتوجهاته بشأن عملية الطلب السياحي وعملية السفر بشكل عام.

(1) Stephen Page، Tourism Management، Elsevier Ltd،2007، P100.

وقد أشار Cooper et al إلى أن الطلب السياحي على المستوى الشخصي من الممكن أن ينظر له بمثابة عملية استهلاكية تتأثر بعدة عوامل تتمثل في ذلك المزيج من الحاجات والرغبات، توفر الوقت والمال،الانطباعات والادراك والمواقف. وشدد على **أهمية النظر للشخص كعنصر رئيسي داخل عملية الطلب السياحي** لفهم دافع السائح نحو عملية السفر، وأشارت أبحاثه إلى:

**"لايوجد شخصان متماثلان، وتلك الاختلافات في المواقف والادراك والدوافع تحمل تأثير هام على قرارات السفر، حيث أن تلك المواقف تعتمد على ذلك الادراك الذي يحمله الأشخاص حول العالم، وتلك المواقف في حد ذاتها لاتحمل تفسيرا لرغبة الناس في السفر**(1)".

وأهم هذه التغيرات التي طرأت على طبيعة المستهلك السياحي تتمثل في(2):

- أصبح المستهلك **أكثر وعيا more discerning** فيما يتعلق بعملية الشراء في السياحة، بغض النظر عن السعر المدفوع، مع وجود توقعات أكبر فيما يخص عملية الجودة.
- يوضح بعض الباحثين أن المستهلك في المجتمعات مابعد الحديثة يحصل على اشباع من عملية الشراء **مماثل لذلك الاشباع** المتحصل عليه من عملية الاستهلاك، وهذا يعني أن عملية الشراء تحتاج إلى مقابلة هذه التوقعات المرتفعة.
- يتميز عدة مستهلكين حول أرجاء العالم بكونهم أكثر براعة وحنكة في استخدام الإلكترونيات **e-savvy** والقدرة على استخدام التكنولوجيا للتحكم في مجال ومدى الخيارات المتعلقة بعمليات السفر والإجازة، بالشكل الذي يؤدي إلى وجود طلب أكبر على القيمة المضافة **value-adding** في عمليتي الشراء والاستهلاك(3).
- يبحث العديد من المسافرين ذوى الخبرة على منتجات معينة مبتكرة وغير اعتيادية تتفق مع أسلوب المعيشة الخاص بهم وتوقعاتهم واحتياجاتهم، فالإجازة السنوية التقليدية ذات الأسبوع أو الأسبوعين التي يقوم وكيل السفر ببيعها من خلال كتيبات السفر كثيفة الاستخدام، فإن هذه الإجازات لن يتم الالتفات إليها كثيرا.

(1) C.M. Hall and S.J. Page. The Geography of Tourism and Recreation، outledge، London، 1999، P52.

(2) Stephen Page،Op،Cit،PP:112-113.

(3) وتعني القيمة المضافة هنا في عملية البيع السياحي تقديم أرباح ومميزات اضافية للسائح أثناء عمليتي الشراء والاستهلاك مثل خدمات اضافية أو هدايا ترفع من سعر المنتج على أساس القيمة المضافة إليه.

- سوف تواجه صناعة السياحة عملاء أكثر وعيا يرغبون في شراء مجموعة منتجات تتناسب مع أسلوب حياتهم **ذو الوقت الضيق time-poor والوفرة المادية cash-rish**. والمصطلح الدارج الجديد هنا ينبغي أن يتعلق بسهولة عملية الاستهلاك **Ease of Consumption**، فالإجازة أو الرحلة ينبغي أن تكون فرصة لتفريغ الضغوط وليس بداية لبدء هذه الضغوط أو التعرض لسوء عملية التنظيم وإفتقاد الاهتمام بالتفاصيل.
- سوف يستمر المستهلكون في تأثرهم الشديد بالعلامات والماركات التجارية والاعلانات التي تقوم **بتكوين صورة معينة للمركز السوقي** "المقصد"، وهذا الاتجاه من المرجح أن يستمر من خلال استخدام المقاصد والمستفيدين لهذه العلامات بغرض تكوين إغراءات فريدة للأسواق والمجموعات المختلفة.
- سوف يتم تطوير منتجات جديدة لتلبي رغبات معينة شخصية خاصة بالطلب (على سبيل المثال سياحة الصحة والرفاهية) بحيث تستمر هذه المنتجات في النمو والتطور من خلال تقديم مجموعة منتجات متخصصة "استهدافية" **niche products** موجهة لمجموعات ذات اهتمامات معينة.

وهذه التغيرات السابقة المشار إليها وغيرها سوف تساهم بفاعلية كبيرة في تغيير حجم وشكل الطلب السياحي الدولي في الحاضر والمستقبل، على اعتبار أن هذه التغيرات لاتتعلق فقط بالماضي، ولكن تؤثر أيضا على الحاضر ويمتد تأثيرها على شكل عملية الاستهلاك السياحي في المستقبل.

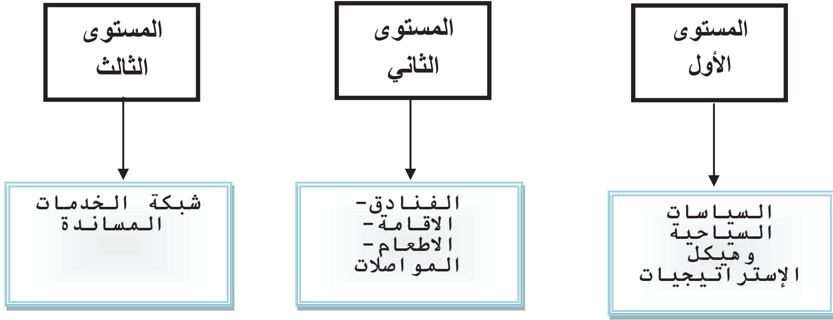
## ثانياً: تغيرات السياسات السياحية Tourism Policies Changes:

تتعلق هذه السياسات وتتأثر بنظرة الدولة لثرواتها السياحية وكيفية الاستفادة منها، ووفقا لكل من Jenkins،Hall في كتابهما المنشور عام 1995، فإن السياسة العامة السياحية تستطيع أن تساعد على تحديد أسباب ونتائج القرارات السياسية حيث أنها توضح الطريقة التي تستطيع السياسة من خلالها أن تؤثر في السياحة، وبناءا على ذلك، فإن صناعة القرار المتعلق بالسياحة ماهو في جوهره سوى نشاط مرتبط بالسياسة الحكومية "ككل"[1]. وبالتالى هنا، فإن السياسة

(1) Stephen Page، Op،Cit، P431.

والقرارات المرتبطة بها تؤثر على كيفية تشكيل الهيكل الخاص بصناعة السياحة والتأثير على الطلب السياحي المرتبط بها.

إن السياسات السياحية هي ذات أهمية قصوى للنشاط السياحي وهي **تتعلق بجانب العرض** وتؤثر في الجانب الأخر في السياحة المتعلق بالطلب والاستهلاك، **والتغيرات التي صاحبت ولاتزال تصاحب** هذه السياسات والإسترتيجيات المتعلقة بها كان لها أكبر الأثر في تنشيط وتطور النشاط السياحي الدولى والمحلي على حد السواء، وليس أدل على أهمية تغير هذه السياسات من كونها تأتي على المستوى الأول في قائمة العرض السياحي المكونة من جميع الخدمات والإمكانيات التي تشكل الخبرة السياحية، كما يصور الشكل التالي (شكل2) :




**شكل(2): المستويات الثلاثة للقطاع السياحي**(1)

ومن شكل(2) الخاص بمستويات القطاع السياحي نلاحظ أن السياسة العامة السياحية تأتي كأولوية إشارة إلى حساسية هذا الأمر بالنسبة للقطاع السياحي الذي لايزدهر بدون سياسات عامة سياحية سليمة ودقيقة تضع حدودها السياسة العامة للدولة، وبالنظر إلى هذه الأهمية، فإن **تلك التغيرات المقترنة بهذه السياسات العامة** (تغيرات في سياسات وإستراتيجيات التخطيط والتسويق والتسعير .....الخ) لابد أن تلقى بظلالها وتؤثر بشدة على فاعلية وازدهار النشاط السياحي بصفة عامة، والمثال التالي يدلل أكثر على دور وأهمية هذه السياسات:

---

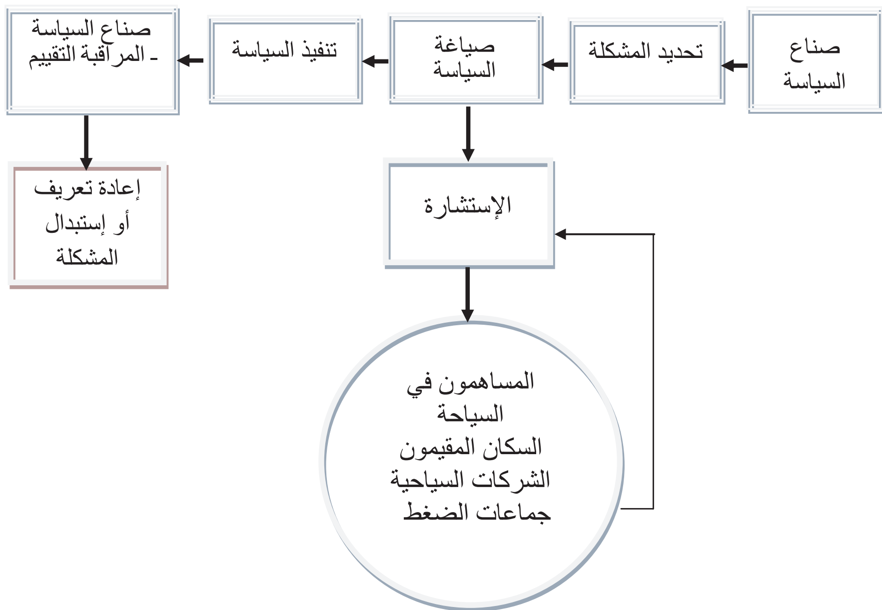
(1) Roger Doswell، Tourism: How effective management makes the difference، Butterworth، Heinemann، Oxford، 1997، P7.

**(لنفترض أن هناك دولة ما تمتلك إقليما سياحيا يحتوي على عناصر جذب سياحي متعددة مثل الأنهار والجبال والغابات والطقس المعتدل...الخ، وقررت هذه الدولة الخوض في استثمار هذا الإقليم سياحيا عن طريق إقامة عدة مشاريع سياحية مثل : بناء فنادق ومنتزهات ومطاعم ونوادي ومسابح وأية مشاريع سياحية وترفيهية أخرى يحتاج إليها هذا الإقليم السياحي. لكن الدولة قبل الخوض في هذه الخطة السياحية لإقامة هذه المشاريع تجد أن هناك ضرورة كبيرة لإقامة مشاريع اقتصادية "لاغنى عنها" لهذا الإقليم وتعتبرها هامة جدا وحيوية سواء لخدمة السياح القادمين لهذا الإقليم، أو لخدمة سكان الإقليم نفسه،لذلك فإن الدولة هنا تقرر بناء مشاريع خاصة بالكهرباء والصرف الصحي ومطار وشبكة مواصلات جيدة ومستشفيات ودور سكنية ومدارس....الخ، كما إن الدولة هنا تتبع سياسة تشجيع الاستثمارات المحلية والأجنبية لإقامة المشاريع الصغرى والكبرى والتي تخدم مسألة التنمية الشاملة في هذا الإقليم وبما يتيح توظيف أكبر قدر ممكن من العمالة المحلية في الإقليم وجلب العملات الأجنبية للدولة...الأمر الذي يؤدي بالتالي إلى التأثير بالإيجاب على ميزان مدفوعات الدولة)[1].**

**كيف تتغير السياسات السياحية ؟**

من خصائص السياسات السياحية العامة هو **كونها تتميز بالمرونة والديناميكة العالية والاستجابة لكافة التغيرات المحلية والإقليمية والعالمية** ( خاصة مع حساسية ومرونة الطلب السياحي العالية)، بالاضافة للاستجابة لكافة متطلبات السوق السياحي ووضع أهداف عامة سياحية وعمل التنسيق الدائم والمستمر بين أدوار كافة الأطراف المشتركة في عملية السياحة، مثال: القطاعين العام والخاص وجماعات الضغط "المستفيدين"، بالاضافة إلى عمليتي التقييم والمراقبة. ولقد شاهدنا كيف أن هناك عدة دول على المستوى العالمي قامت بتغيير وجهاتها السياسية استجابة لمتطلبات القطاع السياحي ولتحقيق نهضته المنشودة، هذا، ويوضح الشكل التالي (شكل3) عملية صناعة السياسة في القطاع السياحي، وهذه العملية تتأثر وتمر بما سبق ذكره من المرونة والديناميكية العالية **وتخضع للتغير المستمر وفقا لأوضاع السوق السياحي.** على سبيل المثال **تحديد المشكلة** يعني وجود رغبة واستجابة لمتطلبات العملية السياحية، **وصياغة السياسة** تتضمن وضع أهداف عامة للقطاع السياحي، **وتنفيذ السياسة** يتطلب تنسيق بين أدوار كافة الأطراف المشتركة ومن ثم الانتقال إلى عمليتي **المراقبة والتقييم** بواسطة صناع السياسة أنفسهم.

(1) مثنى طاهر الحوري ،السيد اسماعيل الدباغ، اقتصاديات السياحة، الجامعة المستنصرية، بغداد ،العراق، 1989، ص ص:20-21.




**شكل(3): عملية صناعة السياسة في السياحة**

**Source: Stephen Page،Op،Cit،P432**

ونلاحظ من هذا الشكل السابق شكل(3) كيفية اشتراك الأطراف المختلفة في عملية صياغة السياسة، وهذه الأطراف تشكل **السكان، الشركات السياحية وجماعات الضغط** (جماعات منتجة مثل المؤسسات السياحية الوطنية، وأخرى غير منتجة مثل المنظمات البيئية وجماعات أخرى منفردة مثل تلك المعارضة لبناء مشروع خاص بمطار). وهذه السياسات السياحية لاتنشأ بمعزل حيث أن هناك هيئات مختلفة مشتركة في تنفيذها، وعملية التنفيذ هنا تنشأ من خلال تعارض الرؤى ومحاولة تلبية احتياجات المساهمين في القطاع السياحي ومتطلبات التطوير السياحي القومي والمحلي. وهذه السياسة لايمكن أن يتم تناولها بمعزل عن صناعة القرارات السياسية والتي تحدد اتجاه السياسة المتطور باستمرار[1]. وهذه العمليات السابقة هي معتادة في

(1) Stephen Page،Op،Cit،PP:432-433.

جميع الدول السياحية خاصة المتقدمة منها وهي في **حالة تغير مستمر** استجابة لمتطلبات القطاع السياحي ( **مثال: إعادة تعريف أو استبدال المشكلة).**

**مثال للتغيرات في السياسات السياحية العامة " حالة الصين":**

حدثت سلسلة من التعديلات السياسية بعد عام 1978 عندما فتحت الدولة أبوابها للمرة الأولى أمام السائحين مما تطلب حدوث تغيرات سياسية كبيرة، وبعد عام 1978 كان يتم قياس النجاح السياسي من خلال مؤشر سياحي معين وهو الطلب السياحي الدولي "الوافد"، وهذا الطلب على الصين بلغ عام 1978 نحو 1.8 مليون زائر فقط، ، وفي عام 1997 تم تسجيل قدوم 23.7 مليون سائح، ووصل العدد عام 2011 إلى 57 مليون سائح . وهذا المعدل في نمو السياحة الوافدة تطلب نقلة من الفكر السياسي الاشتراكي قبل عام 1978 حيث كان يتم النظر للسياحة بإعتبارها آداة لتعليم الزوار مبادئ الشيوعية إلى فكر أخر يستوعب قدوم أعداد كبيرة من الزوار والذين كان يسمح لهم فقط بزيارة أماكن معينة. وقد ساد نفس هذا المفهوم في الاتحاد السوفيتي السابق وألبانيا قبل فترة التسعينات.

وفي حالة الصين، فإن السياسة السياحية تم تجسيدها بفاعلية من خلال خطط قومية ذات خمس سنوات من خلال اقتصاد تتحكم فيه الدولة بالكامل، وخلال الفترة من 1986 إلى 1991 اعتبرت السياسة الحكومية أن السياحة هي أحد المصادر المدرة للعملات الأجنبية، ولكن تطورت هذه الرؤية من الرؤية السابقة في الفترة 1978−1985 حيث خلقت السياسة السياحية العامة مع ندرة التدخل الحكومي مشاكل تشغيلية كبيرة ظهرت في **صورة العجز العام في جانب العرض، وجود هياكل تسعيرية سوقية غير مناسبة وإدارة غير فعالة للسائحين والعاملين**، مما تسبب في وجود معايير خدمية رديئة. ومع إعداد الخطة السياحية القومية **National Tourism plan**، فإن هيئة السياحة الحكومية والتي تسمى إدارة السياحة القومية الصينية **China National Tourism Administration(CNTA)** بدأت في وضع أهداف سياسية رئيسية لقيادة تطوير السياحة الصينية في المستقبل، وكما يرصد كل من Page،Connell(2009)، فإن هذه التعديلات السياسية تسببت في الأتي:−

- حدوث تنسيق أكبر في قطاع السياحة مع انشاء لجنة السياحة القومية **National Tourism Commission** التي ركزت في البداية على الطيران المدني ثم الفنادق ووكالات السفر.

- استعادة قدرة الصين على الجذب السياحي في أكبر 14 مدينة سياحية، مثال: المدينة الممنوعة **Forbidden City** (والتي تم تصويرها من خلال الفيلم المشهور الامبراطور الأخير)[1].
- اصلاح قطاع الطيران، وبصفة خاصة هيئة الطيران المدني الصينية وتحويل شركات الطيران والمطارات إلى شركات مستقلة.
- تطوير التعليم والتدريب من خلال تخصيص مكاتب سياحية إقليمية تتولى التعليم السياحي في المنطقة المعنية.
- وضع ضوابط أكبر لتنظيم العمل السياحي من قبل إدارة السياحة القومية الصينية.
- ترويج السياحة الدولية بزيادة ميزانية إدارة السياحة القومية الصينية للتسويق الخارجي من 1.4 مليون دولار علم 1986 إلى 3.2 مليون دولار عام 1991، كنتيجة لانخفاض أعداد السائحين الدوليين عقب مظاهرات ميدان "تيانانيمين" الدامية عام 1989[2].

ويلاحظ هنا أن الصين وغيرها من الدول الشيوعية التي غيرت اتجاهاتها السياسية تأثرت بما يطلق عليه **الليبرالية الحديثة neo-liberalism**،حيث أدى شيوع هذا الاتجاه إلى حدوث تغيرات بارزة في أنظمة الحكم السياسي في الثلاثين عام الماضية ( قبل عام 2010)، ويرى بعض المحللين السياسيين هنا هذا الاتجاه كترسيخ للحديث الدائر حول الاقتصاد الليبرالي الكلاسيكي والذي من خلاله يعمل المجتمع وفقا **لنظرية السوق market logic** بشكل أفضل من أي نظرية أخرى خاصة تلك المرتبطة بسيطرة الدولة المركزية عليها **state-centred one**. ويعتقد هنا أنه منذ سنوات السبعينات كان لهذا الاتجاه الليبرالي الحديث الدور الأكبر الرئيسي في كيفية تحديد عدة حكومات الأداء المتعلق بأدوارها ومسئولياتها، وقد ساد النموذج الحكومي المثالي المرتكز على إدارة الدولة **state-based top-down model** وفي بعض الأحيان كان يتم إستبداله بأشكال مختلفة خاصة بالادارة المشتركة، الشراكة بين القطاعين العام والخاص، تفويض السلطات والادارة الخاصة بالمجتمع[3].

---

(1) المدينة الممنوعة وتسمى أيضا "المدينة القرمزية المحرمة" من أهم المعالم التاريخية للصين والواقعة في وسط العاصمة بكين، وصنفتها منظمة اليونسكو ضمن قائمة التراث العالمي، وتضم المدينة قصور أباطرة الصين القدماء وسميت كذلك لأنه كان لايسمح بدخولها إلا لأفراد أسرة الإمبراطور واستغرق تشييد مجموعة القصور نحو أربعة عشر عاما "1406-1420م" وتضم بين ثناياها نحو مليون تحفة فنية نادرة.

(2) Stephen Page،Op،Cit،PP:433-434.

(3) Participative Planning and Governance for Sustainable Tourism، Bill Bramwell، Tourism Recreation. Research، Vol 35،No.3،2010،Centre for Tourism Research and Development، India، P242.

## ثالثاً: تغيرات العامل الاقتصادي Economic Factor Changes:

يتعلق هذا العامل بالمناخ الاقتصادي السائد داخل الدولة من ناحية المؤشرات الخاصة بالدخلين القومي والشخصي والبطالة والتضخم ومستويات الأسعار وقيمة العملة الوطنية. ويبدو هذا العامل بكونه ذو تأثير كبير على الطلب السياحي، والسياحة تشكل عنصر حيوي من عناصر الاقتصاد الوطني، وهي لا تكون سوق ترفيهي فقط، وإنما أيضا نشاط اقتصادي يتطور وفقا لعدة قوى اقتصادية[1]، وقد استخلصت إحدى دراسات الطلب السياحي التي تم اجراؤها في ماليزيا لتوضيح تأثير العوامل الاقتصادية الرئيسية مثل الدخل والسعر على هذا الطلب باستخدام النموذج الخاص بالقوة والتأثير **Gravity Model**، استخلصت إلى أنه هناك **علاقة قوية بين العوامل الرئيسية الاقتصادية وبين قرار السائح للسفر** وأن وجود مستوى دخل قومي مرتفع، نسبة بطالة أقل، معدل سكاني مرتفع ومسافة قريبة من المقصد السياحي، كلها تؤثر على قرار السائح لزيارة ماليزيا، كما استخلصت الدراسة أن الأزمات الاقتصادية أثرت بالسلب على ذلك الطلب السياحي الخاص "الصادر" من الدول الأسيوية[2].

### كيف تتفاعل التغيرات الاقتصادية مع الطلب السياحي؟

من المعروف أن الطلب السياحي هو في حالة ارتفاع عندما يزيد دخل المستهلكين، وفي الواقع هنا، فإنه لمقابلة انتشار هذا الطلب السياحي،فإنه لابد أن يكون هناك دخل معين يسمح بتحمل تكاليف السفر، فلا **توجد سياحة في المجتمعات الفقيرة**، ولكن بالرغم من ذلك، ففي تلك الدول المتقدمة ( دول الطلب السياحي الرئيسية) حيث يكون متوسط الدخل الشخصي مرتفع، فإن معدل التغير الذي يتعرض له هذا الدخل قد لايسير بشكل متوازي مع معدلات الطلب السياحي، فلقد تم ملاحظة كيف أن تلك الأزمة الاقتصادية التي ضربت العالم خلال سنوات السبعينات قد أثرت بشكل مباشر على معدلات الطلب السياحي، وعلى العكس من ذلك، أثناء فترة الثمانينيات خلال مرحلة الازدهار الاقتصادي الكبير والزيادة الملحوظة في معدلات الدخل الفردي،فإنه لم يكون هناك زيادة مصحوبة في معدلات الطلب السياحي، بل أنه في الولايات المتحدة الأمريكية لجأ الكثير من الأشخاص إلى **نظام الإجازات المنزلية Cocooning** " العودة والاسترخاء في المنازل". وهناك عامل أخر يتمثل في تغيرسعرالعملة **Currency Change**، أي كمية تلك الأموال المطلوبة للحصول على كمية أخرى معادلة، فمن المعروف هنا أن معدل تغيير العملة

---

(1) Raymond Y.C Tse، ،Estimating the impact of economic factors on tourism، evidence from Hong Kong ،Article، Hong Kong University،2001.

(2)Mohd Hafez، Mohd Hanafiah، Mohd Fauzi، Tourism Demand in Malaysia، e-Essay، Universiti Teknologi MARA Malaysia ، 2010، P80، Accessed on 4-8-2015.

يصب في صالح  قدوم السائحين نحو الدول التي تنخفض فيها أسعار عملاتها الوطنية، حيث أن الأسعار في هذه الحالة تصبح تنافسية، في نفس الوقت الذي تقل فيه حركة خروج الأفراد من هذه الدولة إلى الخارج. ولكن على الرغم من ذلك، فإن هذا المقياس قد لايثبت صحته على الدوام(1).

ويذكر Lee هنا، أنه كما هو الحال بالنسبة لجميع الصادرات والواردات، فإن قطاع خدمات الضيافة الدولية يعتمد على أحوال الاقتصاد الدولي ومعدل تغيير العملات "المرتبط بأسعار المنتجات السياحية والمتغير باستمرار"، فالعملة الأمريكية الدولار كانت تتميز بقوتها مقابل العملات الأجنبية في الثلاثة عقود التي تلت الحرب العالمية الثانية مما شجع الأمريكيين على السفر للخارج ولم يشجع الزوار الأجانب على زيارة الولايات المتحدة، ويحدد **Lee** هنا أن ذلك السوق الخاص بالترفيه هو أكثر أسواق السفر من حيث سرعة التغير، حيث يتميز بسرعة تأثره بالأسعار والظروف الاقتصادية، علاوة على ذلك، فإن سوق السفر يواجه منافسة كبيرة متعلقة بانفاق الدخل المتاح للمستهلك واستغلال وقت الفراغ داخل قطاعات ترفيهية أخرى غير متعلقة بالسفر (2).

**فلنستنتج إذا**

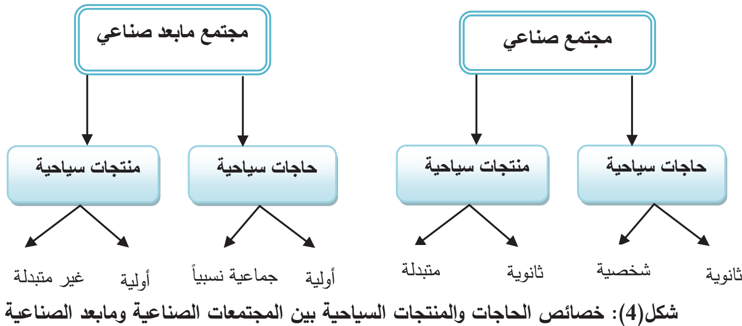
**قد تؤدي تلك التغيرات الاقتصادية العالمية " مستوى الدخل– تغير سعر العملة– مؤشرات العمل والبطالة....الخ" دور المحفز للطلب السياحي الدولي ولكن ليس على الدوام أو بشكل ثابت، على سبيل المثال قد تصرف قوة تغيير عملة الجنيه الإسترليني السائحين عن القدوم لبريطانيا، ولكن قد لا يكون ذلك مؤشر ثابت مع تفاوت مستويات الدخول في الدول ذات العملات الضعيفة ومع التقدم المستمر في وسائل التسويق السياحي وإستراتيجيات التسعير المختلفة...الخ، وبالنسبة لمستوى الدخل، فإن التغير في هذا الدخل "بالإيجاب" قد لايعني دخول السياحة والسفر ضمن نطاق اهتمامات السائح، فقد يكون هناك رب أسرة ذو دخل أقل لكن مع اهتمام أكبر بمسألة السفر والسياحة، وكما أشار  Lee سابقا،فإن سوق السفر قد يواجه منافسة كبيرة من أنشطة اخرى ترفيهية غير متعلقة بالسفر (زيارة الأصدقاء–التسوق.....الخ) بشكل يجعل أي تغيرات اقتصادية غير ذات جدوى في هذه الحالة، فالسياحة سوق اقتصادي يتميز بتشابك الأذواق والتفضيلات المختلفة الخاصة بالأسعار وجودة الخدمات وتأثير عوامل أخرى خارجية، فضلا عن وجود مرونة دخلية وسعرية عالية للطلب السياحي، والمؤشر الوحيد الذي قد يثبت صحته هنا على الدوام هو أن الأزمات الاقتصادية العالمية " تغيرات سالبة" تؤدي بحركة السفر والسياحة**

(1) Giorgio Castoldi، Accompagnatore Turistico، Seconda Edizione، Edirore Ulrico Heopli Milano، 2003، P53.
(2) Raymond Y.C Tse،Op،Cit .

**الدولية إلى الهبوط كما شاهدنا كيف أن الأزمة الاقتصادية التي مر بها العالم عام 2009 هبطت بحركة السياحة الدولية من رقم 913 مليون سائح عام 2008 إلى 877 مليون سائح عام الأزمة 2009**[1].

**الاقتصاديات المتقدمة-الناشئة وتسارع الطلب السياحي**

كان لنمو وتسارع اقتصاديات المجتمعات الصناعية المتقدمة أكبر الأثر في تسارع الطلب السياحي بشكل مكثف وتحوله من مجرد **طلب شخصي ثانوي إلى طلب جماعي أساسي**، وكان عزاء ذلك إلى أنه في المجتمعات المتقدمة "وخاصة تلك التي يطلق عليها "**المجتمعات مابعد الصناعية**" والتي خضعت لعدة تغيرات اقتصادية ضخمة في معدلات الانتاج والتصنيع ومستويات المعيشة والدخول الشخصية.....الخ" تحولت الحاجة السياحية إلى أن تصبح حاجة أساسية ذات طابع ثقافي،نفسي واجتماعي تدور داخل تصور أي شخص وتحول السفر بالتالي ليكون رغبة ملحة بهدف اثراء الخبرات ومن أجل الراحة والترفيه، وعلى ذلك فإن الحاجات السياحية تحولت من حاجة ثانوية إلى حاجة أولية، ومن حاجة فردية إلى حاجة مختلطة ذات أساس شخصي داخل إطار من المكونات الشاملة[2]. وهنا نجد أنه كان من النتائج الطبيعية لتعقد الحياة المادية الحديثة والانفصال عن "البيئة الطبيعية" أن أصبح الإنسان في مواجهة مجموعة من الحاجات المحسوسة للوصول إلى حالة من الرفاهية الطبيعية والفكرية[3].




**شكل(4): خصائص الحاجات والمنتجات السياحية بين المجتمعات الصناعية ومابعد الصناعية**

**Source: Giorgio Castoldi،Op،Cit،P52**

(1) منظمة السياحة العالمية.

(2) Giorgio Castoldi، Op،Cit،P52

(3) Peter Burns And Andrew Holden، Tourism. A New Perspective، Prentic Hall، Bretain، 1995،P39.

شكل (4) يصور لنا كيفية تغير وتبدل طبيعة الحاجات السياحية، وبالتالي طبيعة المنتجات السياحية بين المجتمعات الصناعية وتلك مابعد الصناعية **Post-Industrial**، فالحاجة السياحية هنا قد تغيرت طبيعتها وخصائصها بتغير أحوال المجتمعات "كما يوضح الشكل"، ففي البداية كانت هذه الحاجة السياحية شخصية فائضة وغير ضرورية وكان من الممكن استبدالها بصور أخرى خاصة بالترفيه والمتعة " **فالترفيه الشخصي لايقتصر على السياحة**" مثل التنزه بالسيارة داخل المدينة أو قضاء يوم ممتع في المنزل أو عند الأصدقاء، وفي مرحلة المجتمعات مابعد الصناعية والتي تميزت بادخال التكنولوجيا وأدوات الانتاج والاستهلاك الحديثة والتي يؤرخ لها في العقود القليلة الماضية، فقد تحولت هذه الحاجات السياحية إلى حاجات أساسية يتحتم على المرء اشباعها، وخاصة مع تعقد الحياة المادية وزيادة ضغوط الحياة.

وهذه الحاجات تنشأ بطبيعة الحال بسبب وجود حالة عدم اشباع تعمل بمثابة محفز داخلي يؤدي إلى وجود هذه الحاجة والتي يتبعها رغبة في القيام بالنشاط الخاص بالسفر والسياحة، وبالتالي يتبع هذه الرغبة القيام بعملية الطلب السياحي لتنفيذ وتحقيق هذه الرغبة .

**عدم إشباع داخلي ← محفز داخلي ← حاجة ← رغبة ← الطلب السياحي**

ويشير تقرير لمنظمة السياحة العالمية (عام 2001) إلى أن تعافي الاقتصاد في الدول الصناعية بعد فترة الحرب كان عاملا مؤثرا في زيادة مستويات الدخول الشخصية ووقت الفراغ، وهما من الأساسيات المطلوبة للاشتراك في عملية السياحة " **الوقت والمال**". وعند النظر للمستقبل نجد من المتوقع أنه مع تلك المعدلات المرتفعة على المدى الطويل المستمر لنمو الاقتصاد العالمي، فإنه من المنتظر حدوث نمو لتلك المؤسسات الاقتصادية والمالية الكبيرة على المستوى العالمي، وسوف تتعافى النمور القديمة مع ظهور نمور جديدة (الصين–الهند–البرازيل– روسيا)، وعلى ذلك فسوف تبقى تلك الظواهر الاقتصادية مؤشرا إيجابيا بالنسبة لصناعة السياحة[1].

والاقتصاديات الناشئة (دول البرازيل– روسيا– الهند والصين والتي يطلق عليها **مجموعة BRIC**)[2] لها دور متعاظم في منظومة الاقتصاد العالمي، وهذه الاقتصاديات تضم مجموعة دول في عدة قارات " الصين والهند في قارة أسيا، البرازيل في قارة أمريكا الجنوبية وروسيا في قارة

(1) Global Forecast and Profile of Market Segment، World Tourism Organization، Report، 2001، P14.

(2) BRIC=Brazil-Russia-India-China.

أوربا"، وهذه الدول تملك قواعد سكانية وانتاجية كبيرة وتحافظ على مستويات النمو العالية في السنوات الأخيرة رغم ظهور العديد من الأزمات الاقتصادية، وتعتبر هذه الدول من أبرز الأمثلة للتغيرات الاقتصادية العالمية التي أثرت على شكل وحجم الطلب السياحي باعتبار أن هذه الدول تساهم بنصيب متزايد من حركة السياحة الدولية الوافدة.

ويوضح الجدول التالي(جدول2) أمثلة بارزة لمساهمة الاقتصاديات الناشئة( تحديدا دولتي الصين وروسيا) في حركة الانفاق السياحي الدولي في عامي 2010و 2011 من خلال استعراض بيانات أكبر عشر دول مساهمة في هذا الانفاق خلال العامين المذكورين:

**جدول(2): أكبر عشر دول مساهمة في الانفاق السياحي الدولي (2010-2011)**

| الترتيب | الانفاق السياحي الدولي (بليون دولار) | | النصيب السوقي% | السكان (2010) "مليون" | الانفاق لكل شخص "دولار أمريكي" |
|---|---|---|---|---|---|
| | 2010 | 2011 | 2011 | | |
| العالم | 927 | 1.030 | 100 | 6.946 | 148 |
| 1- ألمانيا | 78.1 | 84.3 | 8.2 | 82 | 1.031 |
| 2- الولايات المتحدة | 57.5 | 79.1 | 7.7 | 312 | 254 |
| 3- الصين | 54.9 | 72.6 | 7.0 | 1.348 | 54 |
| 4- المملكة المتحدة | 50.0 | 50.6 | 4.9 | 63 | 807 |
| 5- فرنسا | 38.5 | 41.7 | 4.0 | 63 | 660 |
| 6- كندا | 29.6 | 33.0 | 3.2 | 34 | 958 |
| 7- روسيا | 26.6 | 32.5 | 3.2 | 142 | 228 |
| 8-إيطاليا | 27.1 | 28.7 | 2.8 | 61 | 473 |
| 9- اليابان | 27.9 | 27.2 | 2.6 | 128 | 213 |
| 10- أستراليا | 22.2 | 26.9 | 2.6 | 23 | 1.184 |

**Source: UWTO‹Tourism Highlights‹2012 Edition‹ Report‹ P13.**
**( Data collected on June 2012).**

**(ويوضح الجدول دخول الاقتصاديات الناشئة "الصين وروسيا" ضمن أكبر عشر دول مساهمة في عملية الانفاق السياحي الدولي، حيث تأتي الصين ثالثة عام 2011،نفس ترتيب 2010، حيث أنفق سائحوها 72.6 بليون دولار عام2011 بزيادة عن عام 2010 قدرها نحو 18 بليون دولار"32%"، فيما تأتي روسيا سابعة عام 2011 بعد أن كانت تاسعة عام 2010، حيث أنفق سائحوها عام 2011 مبلغ 32.5 بليون دولار**

**بزيادة نحو 6 بليون دولار عن عام 2010، كما يوضح الجدول مدى أهمية مساهمة الدول المتقدمة في الانفاق السياحي الدولي وتأتي على رأسها كل من ألمانيا والولايات المتحدة الأمريكية ).**

ويتتبع جدول(3) تزايد انفاق سائحي إحدى أهم دول الاقتصاديات الناشئة "الصين" على حركة السياحة الدولية المغادرة **Outbound** خلال الفترة بين عامي 2000–2012:

**جدول(3): تزايد انفاق سائحي الصين "بليون دولار" خلال الفترة :2000–2012**

| السنة | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| القيمة "بليون" | 13.1 | 13.9 | 15.3 | 15.1 | 19.1 | 21.7 | 29.7 | 36.1 | 43.7 | 54.8 | 72.6 | 102.0 |

**Sources:**
**-http://www. indexmundi. com/facts/china/international-tourism، 2011،on: 9-8-2013.**
**- World Tourism Organization،April 2013.-**

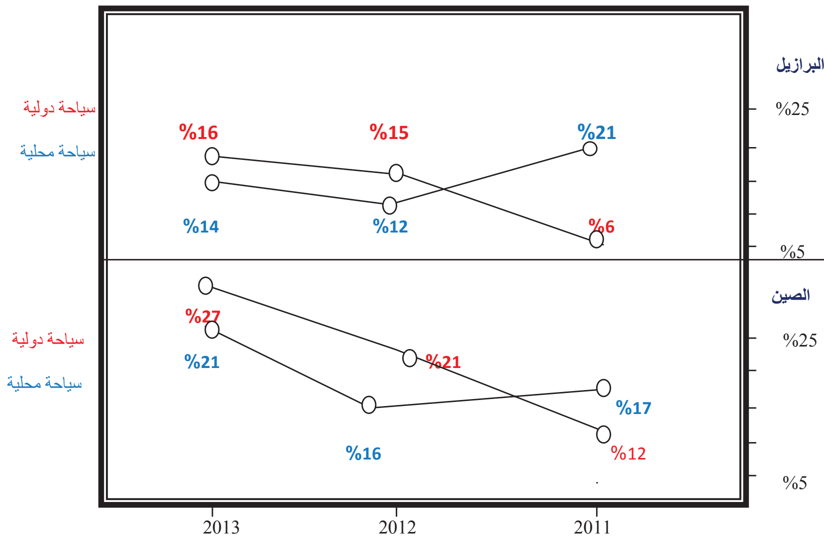
وتساهم الصين بشكل فعال في الانفاق السياحي الدولي الذي قفز قفزة كبيرة جدا من عام 2000 إلى عام 2012 "كما يوضح جدول3"، ففي عام 2000 أنفق الصينيون في الخارج 13.1بليون دولار أمريكي، وزاد هذا الرقم تباعا "**ماعدا حدوث تناقص طفيف عام 2003**" حتى وصل إلى نحو 54.8 بليون دولار عام 2010، 72.6 بليون عام2011، إلى أن وصل (حسب تقرير منظمة السياحة العالمية الأخير عام 2013) إلى 102 بليون دولار عام 2012، متصدرة الصين بذلك جميع دول العالم في انفاق مواطنيها السياحي في الخارج.

وتشير إحدى الاحصائيات إلى أن أسواق هذه الاقتصاديات الناشئة ساهمت عام 2010 بمفردها **بنسبة 12% من اجمالي الوصول السياحي الدولي** بعدد يبلغ نحو 114 مليون سائح. وقفزت الصين للمرتبة الثالثة بين أكبر الأسواق بعدد وصول سياحي دولي بلغ 57.4 مليون سائح متخطية بذلك بريطانيا التي سجلت وصول بلغ "55 مليون سائح"(1). كما سجل الاقتصاد البرازيلي معدلات نمو متزايدة وتزايدت معه رغبة السكان في السفر وانفاق الأموال، وبذلك يشكل مسافري

(1) Tourism Industry Intelligence، Prospects for the Emerging Travel Markets 2012،Vol 17 No5 ، 2011

البرازيل مع الصين أكبر مجموعتين انفاقا للأموال، وتتخطى هاتين المجموعتين غيرهما من باقي المسافرين في أي بقعة في العالم بنسبة مابين 25-50% لكل شخص[1].

ويوضح الشكل التالي(شكل5) تنامي المعدل المئوي في السفر الدولي لسائحي البرازيل والصين"مقارنة بالسفر المحلي" خلال عام 2011 وعامي 2012-2013 "توقعات" :




**شكل(5): تنامي السفر الدولي لسائحي البرازيل والصين "مع التوقعات"**

**"الأرقام باللون الأحمر تمثل معدل نمو حركة السفر الدولي لسائحى البرازيل والصين، بينما تلك باللون الأزرق تمثل معدل نمو حركة السفر المحلي لنفس السائحين "**

**Source:http://www.thebeat.travel/post/2012/05/25/Business-Travel-Brazil-China-Forecast.aspx. May 25،2012، Accessed on 13-8-2012.**

(1) Travel sector eyes China، India، Brazil for boom، Article، Jim Mannion، (AFP)،May 17 2011.

ونلاحظ من الشكل السابق (شكل5) مدى تزايد اقبال سائحى البرازيل والصين على السفر الدولي وكذلك المحلي، ويتبين مايلي:-

1- في عام 2011 بلغ معدل نمو السفر الدولي لسائحى البرازيل 6%، بينما يتوقع لهذا المعدل أن يزداد إلى نحو 15%-16% عامي 2012 -2013 على التوالي، في حين يتوقع لمعدل نمو حركة السفر المحلي أن ينخفض"كما يوضح الشكل" من نسبة 21% عام 2011 إلى 12% عام 2012، ولكن يزداد إلى 14% عام 2013.

2- بالنسبة للسائحين الصينيين، فيتوقع أن يشهد معدل نمو حركة السياحة الدولية زيادة كبيرة من الرقم المسجل لعام 2011، أي12%، إلى 21-27% عامي 2012-2013 على التوالي. وكما هو الحال مع السياحة الداخلية البرازيلية، يتوقع للسياحة الداخلية في الصين أن ينخفض معدل نموها من نسبة 17% عام 2011 إلى نسبة 16% عام 2012، وذلك قبل أن يزداد إلى 21% عام 2013. " كما يوضح الشكل".

**إذا**، فإن هذا الشكل السابق" شكل 5" يوضح مدى تنامي معدلات السفر الدولي لسائحي الصين والبرازيل في السنوات الأخيرة كنتيجة طبيعية لتسارع معدلات النمو الاقتصادي في هاتين الدولتين، وبالتالي فإن ذلك يؤدي إلى زيادة معدلات الانفاق السياحي الدولي من جانب سائحي الدولتين، ومما دون شك فيه، فإن ذلك سوف يستدعي تكثيف جهود التسويق السياحي في المقاصد السياحية المختلفة للتركيز على جلب الشرائح السياحية المتنوعة الوافدة من هاتين الدولتين.

## رابعاً: تغير الخصائص الديموغرافية Demographic Changes:

تلك الخصائص الديموغرافية تشمل عدة متغيرات متجمعة مثل مستوى التعليم ومستوى الدخل والمستوى الاجتماعي والثقافي والعمر والجنس والأسرة. ولقد أثرت التغيرات في تلك الخصائص على اتساع دائرة الطلب السياحي وزيادة عدد الرحلات السياحية على مستوى العالم. ومن البديهي هنا أن تلك المنتجات السياحية المقدمة سوف تختلف باختلاف تلك الخصائص المشار إليها، وإذا ما انطلقنا من نقطة أن كل شخص يكون ذو طابع مميز، فيكون عندنا بالتالي عدد كبير وضخم من المستهلكين لمنتجات السياحة ووقت الفراغ، فصفات المستهلكين مثل (أعمارهم- الطبقة الاجتماعية- مستوى الدخل) سوف تختلف باختلاف تسهيلات السياحة ووقت الفراغ، وعادات أولئك المستهلكين وأذواقهم وكذلك انطباعاتهم سوف تتغير أيضا بثبات مع مرور الوقت وفي مواقع مختلفة، وهناك مجموعة هامة من المستهلكين تحتاج إلى اهتمام خاص متمثلة

في أولئك ذوى الإحتياجات الخاصة مثل كبار السن،الأطفال الصغار،الأشخاص المعوقين وتلك الأقليات العرقية(1).

**التغيرات الديموغرافية وتميز الطلب السياحي:**

إن تركيبة المجتمعات تتغير باستمرار، ويتوقع أن يبلغ تعداد سكان العالم عام 2030 نحو 8.3 بليون نسمة، ويتوقع لمتوسط الأعمار أن يتزايد في معظم انحاء العالم، كما أصبحت تركيبة الأسرة والمنزل مختلفة كثيرا وغيرت الهجرة شكل كثير من المجتمعات. وكل هذه التغيرات سوف تؤثر على أنماط السائحين : **من أين يأتون؟ إلى أين يسافرون؟ ما نوع الاقامة التي يطلبونها؟ وماهي الأنشطة التي يشاركون فيها أثناء السفر؟** ولقد أعد كل من منظمة السياحة العالمية ومجلس السياحة الأوربي تقريرا بشأن هذه التغيرات الديموغرافية والسياحة كمرجع لأي مقصد سياحي وللصناعة نفسها للتفهم بشكل أفضل تلك التغيرات الحالية والمستقبلية وللتوقع والتصرف بناءاً عليها بأفضل شكل تنافسي ممكن(2).

ووفقاً لهذا التقرير، فإن سلوك وتفضيلات الزوار سوف تتزايد في الانقسام مع زيادة درجة تنافسية المقصد السياحي والتي سوف تعتمد على مدى قدرتها على توجيه وتسويق المنتج السياحي للسكان الكبار في السن وذوي الأعراق المتعددة، كما أن الاتجاه نحو تزايد السكان من الأسر متعددة الهوايات وزيادة متوسط الأعمار سوف يغير بشكل جذري تلك النظرة الحالية لكبار السن في صناعة السياحة. فصغار السن الذين يعملون لفترة كاملة سوف يفكرون في الخروج لقضاء إجازات، بينما كبار السن مع توفر الوقت المتاح ووجود روح الشباب سوف يخرجون أيضا لقضاء إجازات وممارسة أنشطة جديدة(3).

ويوضح جدول (4) تغير الطلب على المقصد السياحي من جانب أعمار مختلفة (50–60) (70–80) وذلك من خلال مسح أجرى على عينة عام 2008 داخل الجزء الألماني من دولة سويسرا، بحيث تم توجيه أسئلة مكتوبة من خلال استبيان معين، بالاضافة إلى توجيه أسئلة

(1) J.P. Sangar ،Tourism Management ، Anmol، LTD، New Delhi،India،P104 .

(2) Report on Demogaphic Change and Tourism (UWTO) ،Abstract،Publication Year،2010.

(3) www.travelio.net/the-impact-of-demographic-change-on-tourism.html،Accessed on 16-8-2016.

شفوية. وتعلقت هذه الأسئلة بمعرفة سلوك وتفضيلات الزوار قبل عشر سنوات مضت (قبل عام 2008 ) بالاضافة إلى معرفة هذه التفضيلات خلال سنة المسح(2008) وعشر سنوات بعدها.

وفي هذا الجدول نلاحظ مدى ارتفاع الطلب من جانب الفئة العمرية (50–60) على المقصد الخاص بسويسرا "**64.5% من العينة**" قبل عشر سنوات من سنة المسح(2008)، وتزايد الطلب في سنة المسح على نفس المقصد بنسبة"**75.2 % من العينة**"، في حين يتناقص الطلب بعد عشر سنوات إلى نسبة 68.1%. بينما الطلب على أفريقيا من جانب نفس الفئة يتسم بالثبات منذ عشر سنوات وفي السنة الحالية (2008) سنة المسح بنسبة **1.4% من العينة**، في حين يأخذ في التزايد بعد عشر سنوات من سنة المسح **بنسبة 3.5%**. على الجانب الأخر نجد أن الفئة العمرية (70–80) ينحسر الطلب الخاص بها على أوربا الشرقية "على سبيل المثال" **من نسبة 6.7%** من العينة قبل عشر سنوات من سنة المسح إلى **نسبة 2.2%** في هذه السنة دون حدوث أي تغير يذكر بعد عشر سنوات، فيما يتناقص طلب هذه الفئة على كل من أمريكا وكندا من **نسبة 4.4%** قبل عشر سنوات من سنة المسح إلى **نسبة 2.2 %** في هذه السنة، وأيضا **2.2%** بعد عشر سنوات كما يوضح الجدول.

**جدول(4): الأعمار المختلفة وتغير الطلب على المقاصد السياحية**

| اختيار المقصد | منذ عشر سنوات "1998" | | الأن/ اليوم"2008" | | بعد عشر سنوات"2018" | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 60–50 | 80–70 | 60–50 | 80–70 | 60–50 | 80–70 |
| سويسرا | %64.5 | %75.6 | %75.2 | %88.0 | %68.1 | %86.7 |
| الدول المجاورة | %21.3 | %1.3 | %14.9 | %2.2 | %9.9 | %2.2 |
| بقية أوربا الغربية | %2.8 | %2.2 | %4.3 | %4.4 | %3.5 | %2.2 |
| اوربا الشرقية | %2.8 | %6.7 | %2.1 | %2.2 | %0.7 | %2.2 |
| افريقيا | %1.4 | %2.2 | %1.4 | %2.2 | %3.5 | %2.2 |
| امريكا/كندا | %1.4 | %4.4 | %4.3 | %2.2 | %3.5 | %2.2 |
| وسط جنوب امريكا | %1.4 | %2.2 | %0.7 | %2.2 | %1.4 | %0.0 |
| الشرق الأوسط والأدني | %2.1 | %2.2 | %0.7 | %2.2 | %1.4 | %2.2 |
| اسيا | %2.8 | %2.2 | %3.5 | %2.2 | %2.1 | %2.2 |
| استراليا/نيوزيلندا | %0.7 | %0.0 | %0.7 | %0.0 | %2.8 | %2.2 |

**(عينة الدراسة مأخوذة عام 2008)**

**Source: Between Past، Present and Future – Implications of Socio-Demographic Changes in Tourism، Paper، Philipe E. Boksberger، Kristian J. Sund، and Markus R .Schuckert، 2008،P32.**

كما يوضح جدول(5) تغير الطلب من جانب نفس الأعمار السابقة على وسائل النقل المختلفة في نفس الفترات المذكورة سابقا ( سنة المسح 2008- عشر سنوات قبلها وبعدها).

**جدول(5): الأعمار المختلفة وتغير الطلب على استخدام وسائل النقل**

| وسيلة المواصلات | منذ عشر سنوات"1998" | | الأن/ اليوم"2008" | | بعد عشر سنوات"2018" | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 60-50 | 80-70 | 60-50 | 80-70 | 60-50 | 80-70 |
| سيارة خاصة-تأجير | %66.7 | %62.2 | %65.2 | %51.1 | %51.8 | %26.7 |
| سيارة-منزل متحرك | | | | | | |
| قطار | %19.9 | %17.8 | %27.7 | %40.0 | %31.9 | %57.8 |
| طائرة (منتظمة أو | | | | | | |
| رحلات مؤجرة) | %10.6 | %13.3 | %7.1 | %8.9 | %9.9 | %2.2 |
| أوتوبيس-عربة ركاب- دراجة بخارية-دراجة | %6.4 | %4.4 | %7.1 | %4.4 | %9.2 | %2.2 |
| بخارية"سكوتر" | %1.4 | %0.0 | %3.5 | %0.0 | %2.1 | %0.0 |
| أخرى | %1.4 | %2.2 | %1.4 | %2.2 | %0.7 | %2.2 |

**Source: Between Past، Present and Future – Implications of Socio-Demographic Changes in Tourism،Op،Cit،P32.**

ومن خلال جدول(5)، نلاحظ التالي:

1- الفئة العمرية(50-60) سوف يتناقص استخدامها للسيارات الخاصة والدراجات البخارية بعد عشر سنوات (بعد عام 2008) **بمعدل 51.8%-2.1%** بعد أن كانت في سنة المسح (2008) 65.2%-3.5% على التوالي.

2- يزيد استخدام نفس الفئة السابقة في الفترة المذكورة سابقا لوسيلتي القطار والطائرة بمعدل **31.9%-9.9%** على التوالي، بعد أن كانت في سنة المسح **27.7%-7.1%** على التوالي.

3- نلاحظ أن الفئة العمرية الأخرى(70-80) سوف يتزايد استخدامها "في نفس الفترة السابقة المذكورة" لوسيلة القطار بشكل كبير، في حين يقل استخدامها للسيارات والطائرات والأوتوبيسات " كما توضح أرقام الجدول".

**إذا**، فإن أهم النتائج المستخلصة من هذه الدراسة السابقة هو وجوب ملاحظة وجود تغير في الاهتمامات والهوايات المختلفة المتعلقة باختيار المقصد السياحي ووسائل النقل المتنوعة **بتغير الأعمار**. وهذه المؤشرات تعتبر هامة جدا عند وضع وتصميم البرامج السياحية المختلفة من قبل مسئولي القطاع السياحي من حيث التركيز على تقديم وتصميم منتجات معينة "وسائل النقل" لمختلف الشرائح العمرية.

## خامساً: تغيرات العامل التكنولوجي Technological Factor Changes :

لعب ذلك العامل دورا حاسما في نمو الطلب السياحي بشكل متسارع، ففي مجال النشاط السياحي كان لتطور وسائل المواصلات الحديثة الذي حدث بفضل التكنولوجيا أثر كبير في نمو الطلب السياحي الدولي، فانخفض متوسط تكلفة السفر بين البلدان المختلفة وخاصة في المسافات البعيدة انخفاضا متتابعا، وبغض النظر عن تكلفة السفر لمسافات طويلة، فإن وسائل المواصلات الحديثة أصبحت أكثر أمانا بكثير مع مرور الزمن، بالاضافة إلى تلك التطورات الفنية المتتالية التي أدخلت عليها، كذلك أيضا فإن التطورات التكنولوجية المتتابعة أدت إلى تحسن وتنوع كافة الخدمات التي يتم تقديمها في المطارات وفي أماكن العبور، مما يزيد من راحة المسافرين بالاضافة إلى الاختصار الكبير في أوقات الرحلات السياحية الدولية، ولايخفى هنا **مالعنصري الراحة والوقت من أهمية في النشاط السياحي الدولي**. ولقد كان لتقدم وسائل الإتصالات الدولية من تليفون وفاكس دورا كبيرا في نمو النشاط السياحي الدولي بحيث أصبح بالامكان التبادل السريع للمعلومات الخاصة بالنشاط السياحي بين وكالات وشركات السياحة المختلفة في بلدان العالم. وكان للتقدم التكنولوجي أيضا أهمية في تطور نوعية وتنوع الخدمات الفندقية، ومن السهل هنا اعطاء المثال الواضح في هذا المجال حينما نستعرض الخدمات الفندقية المزودة بأحدث أجهزة تكييف الهواء والاستعدادات المختلفة لراحة النزلاء[(1)].

إن مسألة التغيرات التكنولوجية في عالم السياحة يحيط بها عدة مظاهر مختلفة من التقدم الصحي حتى الدخول في مجال سياحة الفضاء، ولقد شجعت التطورات الخاصة بالاتصالات والمواصلات وعنصر الأمان على دخول مستهلكين جدد إلى عالم السياحة، وتلك التطورات الخاصة بمجال توفير خدمات المياه والصحة والمعرفة كان لها دلالة واضحة على انفتاح عدة مناطق لم يكن بمقدورها ذلك قبل التقدم التكنولوجي، وفي مجتمع اليوم حيث يكون بامكان

---

(1) جليلة حسن حسنين، مرجع سابق، ص ص: 70-71.

المستهلك الحصول على خدمات أسهل،أسرع وأقل تكلفة، فإن **التكنولوجيا فقط هي التي ساعدت السياحة على الوفاء بالطلب الخاص بالمستهلك**[1].

**التكنولوجيا – الوقت والنشاط السياحي:**

دائما ماتجد المنشأت الصناعية نفسها أمام ذلك العائق المتعلق بالوقت وخاصة عندما يتعلق الأمر **بالوقت اللازم للتسويق time to market**، بينما يبدو الأمر مختلفا، مع وجود استثناءات بسيطة، عندما نتحدث عن المنشأت الخدمية، حيث أن ذلك العائق المتعلق بالوقت يتعلق فقط بالعمليات الانتاجية التقليدية، بينما الخدمات والتسويق المرتبط بها بصفة خاصة،على العكس من ذلك، يمثل عامل الوقت لها **أحد العوامل المحفزة** بشكل أكبر من قطاع الصناعة، حيث أنه ليس من الممكن هنا الاعتقاد أن التأخير المتعلق بوقت أداء الخدمة سوف لن يترك عواقب وخيمة عليها، وفي واقع الأمر يمكن التأكيد هنا بكل وضوح أن عامل الوقت يشكل باستمرار عامل تنافسي رئيسي لمن يرغب في العمل بنجاح في ذلك السوق الخاص بالخدمات، ولتفهم ذلك المعنى السابق بشكل أفضل، لابد من العودة هنا لطبيعة الخدمات نفسها من حيث كونها شئ غير ملموس وغير ممكن تصوره. ووفقاً لذلك المعنى، فإن الخدمة هي عبارة عن حدث مباشر **direct event**، وبالتالي تتطلب حدوث تلاصق زمني وثيق جدا بين مسألتي الطلب والعرض. والأسلوب النموذجي الذي من الممكن أن يتعامل مع هذه الطبيعة الخاصة للخدمة هو "التسويق المتزامن" **Syncmarketing** والذي يمثل أحد أهم عوامل النجاح الحاسمة **وبواسطته يتم البحث عن إيجاد ذلك التلاقي الزمني بين مسألتي الطلب والعرض**، وكلما كان هذا النوع من التسويق فعالا، كلما أثر ذلك على كفاءة وحيوية الخدمة المتوقعة من العميل[2]. واسهامات التكنولوجيا الحديثة الحقيقية للطلب السياحي تتجلى في منع ذلك التباطؤ المقترن بالوقت واختصاره بقدر الامكان باعتبار أن المنشآت الخدمية والسياحية يمثل لها عنصر الوقت "**المختصر**" في اختيار وأداء الخدمة عنصر رئيسي محفز وحاسم للنجاح.

**الحجز الإلكتروني وزيادة الطلب السياحي:**

تقدم الشبكة العالمية "الإنترنت" وسيلة من أكبر وسائل العرض السياحي فاعلية في العالم، حيث يتابعها ملايين المستفيدين منها في العالم وتقوم الشركات السياحية المختلفة والفنادق وشركات النقل السياحي بحجز خدماتها للمستهلكين عن طريق مواقع الإنترنت الخاصة بها،

---

(1) Factors Affecting Tourism،Technological Factors، Paper، 2011، P1.

(2) Sergio Cherubini، Marketing Dei Servizi ، Franco Angeli Milano،1996،P63.

ويعتبر استخدام الإنترنت لأغراض الحجز الشكل الأغلب في الدول التي تتمتع بمستويات أعلى في استخدام هذه الوسيلة وينتشر فيها استخدام البطاقات الإئتمانية **credit cards** بشكل أوسع "مثال: الولايات المتحدة الأمريكية والمملكة المتحدة". ولكن مع ذلك، فإن النسبة الأعلى على الاطلاق باستمرار يتم تسجيلها في أسواق سياحية أصغر مثل الدول الإسكندنافية وأستراليا. وهناك تقديرات عالمية مختلفة تشير إلى أن أكثر من 50% من رحلات الترفيه، و40% من رحلات رجال الأعمال، يتم حجزها إلكترونياً[1].

ويوضح جدول(6) بعض الحقائق الهامة عن حجوزات السفر الإلكترونية واستخدام التكنولوجيا في عدة دول على مستوى العالم:

**جدول(6): استخدام التكنولوجيا في بعض دول العالم (2010)**

| الدولة | نسبة استخدام السكان للإنترنت % | استخدام الهاتف النقال% | نسبة الحجز الإلكتروني للسفر% | مبيعات سوق السفر الإلكتروني (بليون دولار) |
|---|---|---|---|---|
| الصين | 32 | 58 | 18 | 11 |
| الهند | 4 | 36 | 25 | 4 |
| البرازيل | 38 | 92 | 20 | 4 |
| الولايات المتحدة | 74 | 91 | 40 | 93 |
| المملكة المتحدة | 74 | 129 | 47 | 26 |

**Source: PhoCusWright، 2010.**

**<u>ونلاحظ من جدول(6) مايلي:</u>**

1- ارتفاع نسبة مستخدمي الإنترنت من عدد السكان الكلي في كل من الولايات المتحدة– المملكة المتحدة "74%"، البرازيل"38%" والصين"32%". وهذه الدول تنتمي للعالم المتقدم " الولايات المتحدة– المملكة المتحدة" ومجموعة الاقتصاديات الناشئة "البرازيل– الصين"، وهذه الدول تساهم بشكل فعال في الانفاق السياحي الدولى من حيث سفر سائحيها عبر أنحاء العالم.

2- مبيعات السفر الإلكترونية تسجل أكبر رقم في الولايات المتحدة الأمريكية "93 بليون دولار أمريكي"، تليها المملكة المتحدة بحجم مبيعات يبلغ 26 بليون دولار. وفيما يتعلق بالاقتصاديات الناشئة، تتصدر الصين بحجم مبيعات يبلغ "11 بليون دولار" يليها كل من الهند والبرازيل بحجم مبيعات "4 بليون دولار" لكل منهما. وتعد هذه الأرقام الأخيرة في

(1) World Travel & Tourism Council، Travel &Tourism 2011،Report، 2011،P22.

دول الاقتصاديات الناشئة من المؤشرات الهامة والمعبرة عن تطور وزيادة حجم الطلب السياحي الدولي الصادر منها.

**ولبيان أهمية هذه التطورات التكنولوجية المتلاحقة نذكر بعض من الحقائق ذات الصلة:**

1- وفقا لتقرير مركز معلومات شبكة الإنترنت الصيني، قام نحو 30.24مليون صيني باستخدام خدمات قطاع حجز السفر الإلكتروني عام 2009 بزيادة قدرها 77.9% عن العام السابق(1).

2- أوردت مؤسسة أبحاث السفر **Phocuswright** أن عام 2007 كان هو العام الأول الذي شهد تفوق مبيعات الإنترنت على المبيعات العادية بنسبة 51% في الولايات المتحدة الأمريكية(2).

3- نصف المستهلكين الإيطاليين قاموا بحجز خدمات الاقامة عبر الإنترنت عام 2011، مشكلين بذلك التصنيف الأبرز داخل منظومة التجارة الإلكترونية بين الشركة والمستهلك **B2C E-Commerce** في إيطاليا(3).

## سادساً:التهديدات Threats:

عن أخطر تلك التهديدات التي قد تنتاب النشاط السياحي، والطلب السياحي بالأخص، سوف يتم بشئ من التفصيل عرض أهمها في السنوات الأخيرة لصناعة السياحة، وهي تحديدا كل من الارهاب وعدم الاستقرار السياسي – التغيرات المناخية والجيولوجية:

### 1- الارهاب وعدم الاستقرار السياسي:

**السياحة والارهاب لايمكن تواجدهما في مكان واحد وفي نفس الوقت،** فالدول التي تضربها الأحداث الارهابية الكبرى لايقوم السائحون بزيارتها وتتوقف صناعة السياحة فيها، حيث ترتبط صورتها الذهنية دائما عند السائحين بالعنف والارهاب، وتكشف الدراسات الاحصائية هنا

(1)http://www.sinotechblog.com.cn/index.php/component/content/article/56-opinion/555-online- bookings-fuel-booming-travel-sector، Accessed on 19-8-2015.

(2)The Market for Responsible Tourism، Paper، Netherland Development Organization، SNV،P24.

(3) Travel News Gazette، European online travel market grows rapidly، Article، Ozgur Tore، Monday،19 March،2012.

عن أن السائحين **يتعاملوا بقدر كبير جدا من الحساسية نحو هذه الأحداث الارهابية عند عمل الاختيار الخاص بالمقصد السياحي**، فأي حادث ارهابي مفرد قد يؤثر بقوة على موقع سياحي معين أو الدولة السياحية بأكملها، فبينما تحصد هذه الأحداث الارهابية أرواح السائحين، **تكون عملية استعادة النشاط السياحي أمر بالغ الصعوبة**. والارهاب الدولي يحمل تأثير تدميري ليس على السياحة فحسب، ولكن على الاقتصاد بشكل عام وسمعة الدولة في المحافل الدولية(1). ومن أبرز الأحداث الارهابية التي ضربت صناعة السياحة في مطلع القرن الواحد والعشرين هي أحداث 11 سبتمبر 2001، والتي تعد واحدة من أشد الأحداث التي تعرض لها العالم الغربي، وليست الولايات المتحدة وحدها، في الخمسة والخمسين عاما التي تلت الحرب العالمية الثانية، وكان لعنصر المباغتة أثرا غير عادي على حركة السفر والسياحة ليس فقط بالنسبة للأمريكيين، بل وللعالم بأكمله. ولقد أظهرت البيانات الخاصة بالطيران وشركات السياحة قيام عدد كبير من السائحين الأمريكيين وغيرهم بإلغاء حجوزاتهم في شركات الطيران والفنادق وقطع الكثير من الأمريكيين لسياحتهم في الخارج والعودة إلى بلدهم(2).

أما **عدم الاستقرار السياسي**، فإنه يلقي بظلاله السلبية أيضا على السياحة والطلب الخاص بها، وهذه الحالة يكون مردها عدم استقرار الأنظمة السياسية والحكومات الديكتاتورية والثورات السياسية، ولعل ماحدث في شمال أفريقيا مؤخرا، تحديدا في كل من مصر وتونس واهتزاز القطاع السياحي الشديد بسبب الثورة في كلا البلدين، هو أبلغ دليل على ذلك، فقد صرح البنك المركزي المصري أن ثورة 25يناير أدت إلى تأثيرات سلبية على الإيرادات السياحية وحصيلة الصادرات وتحويلات المصريين العاملين بالخارج والإستثمارات الأجنبية، وتوقع المركزي أن يسجل ميزان المدفوعات في نهاية الربع الثالث الذي ينتهي في أخر مارس"2011" عجزا بما يزيد على 3 مليارات دولار في ضؤ البيانات المبدئية لشهري يناير وفبراير"2011" حسب بيان صادر من البنك(3). وأعلن وزير السياحة المصري أن البلاد خسرت 5،13 مليار جنيه (27،2 مليار دولار) من عائدات قطاع السياحة منذ الاطاحة بنظام حسني مبارك قبل ثلاثة اشهر(فبراير 2011). من جهته، أعلن الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء تراجع عدد السائحين بنسبة 60% ليبلغ 535 الفا خلال مارس 2011 مقارنة بـ 3،1 مليون في الشهر نفسه من العام 2010. وأوضح أن السياحة "تضررت بشكل كبير بعد ثورة 25 يناير"، إلا أن القطاع بدأ "يستعيد نشاطه نسبيا" خلال أيار/مايو (2011 )(4).

---

(1) http://EzineArticles.com/?expert=Valery Karavasilev، Accessed on 21-8-2012.

(2) جليلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، جامعة الإسكندرية، 2007، ص212.

(3) المركزي يعترف بتأثير الثورة على ايرادات السياحة ،جريدة المصري اليوم، مقالة، عدد الخامس من مارس،2011.

(4) بوابة الوفد الإلكترونية، 13.5 مليار جنيه خسائر السياحة، الخميس 12-مايو-2011. تاريخ مرور:22-8-2012.

كما كان للثورة التونسية تأثيرات سيئة على السياحة، حيث تحدث السيد محافظ البنك المركزي التونسي عن الوضع الاقتصادي لتونس بعد الثورة وبين أن مستوى الانتاج الصناعي تقلص في الشهرين الأولين بنحو13% وأثر ذلك على الخدمات، وشهد القطاع السياحي انهيارا وتقلص بنسبة 60%، كما انهارت التجارة الخارجية وتقلصت الصادرات والواردات بأنواعها، لكن منذ بداية مارس"2011" بدأت تتطور ولوحظ رجوع نسق تجارة الصناعات المعملية، لكن القطاع السياحي بقى في مستوى ضعيف جدا وهذا أثر على الإحتياطي في العملة الصعبة وتم تسجيل نحو 3 مليار خسارة من العملة الصعبة[1].

## 2- التغيرات المناخية والجيولوجية:

إن النظام الأيكولوجي للعديد من المنتجعات السياحية يكون عرضة للتغيرات المناخية، فدرجة الحرارة تزداد في العالم والأقاليم، وعام 1998 كان الأشد حرارة في الألفية الأخيرة، والنماذج المناخية تتوقع حدوث ارتفاع حراري في كل **عقد نسبته بين0.2-3 درجات مئوية،** كما أن مستويات البحر يتوقع لها الارتفاع **مابين4-10 سنتيمتر في كل عقد.** إن تأثير هذه التغيرات المناخية على السياحة يتوقع له أن يظهر نفسه بطرق عديدة وفقا للظروف المحلية، فبعض من هذه التأثيرات سوف يظهر بشكل غير مباشر من خلال الضغط المتزايد على الأنظمة البيئية، والتأثيرات الأكثر خطورة سوف تظهر من خلال ارتفاع مستويات البحر على الدول ذات الجزر الصغيرة. فجزر المالاديف،والتي هي مقصد سياحي بارز، سوف تكون معرضة لارتفاع مستوى سطح البحر.

كما أن التأثيرات المناخية يتوقع أن يكون لها تأثير على زيادة نسبة الأمراض في عدة مناطق عالمية، وبالتالي فإن ذلك سوف يشكل احباط للنشاط السياحي، فدرجات الحرارة العالية جدا في بعض فترات السنة سوف تحدث اضطرابات في عدة منتجعات في شرق منطقة البحر المتوسط،حيث يتوقع أن تزيد الحرارة على 40 درجة، أستراليا ستكون معرضة لزيادة التعرض لأشعة الشمس الضارة وأسبانيا" مقصد البريطانيين المفضل" معرضة لخطر عودة مرض الملاريا، السياحة الشتوية قد تتأثر أيضا جراء ذلك، حيث أن جبال الألب ومقاصد التزلج الأخرى تكون عرضة لانصهار الجليد وتقلص مواسم التزلج[2].

---

(1) موقع نقودي، تأثير الثورة على الاقتصاد التونسي، مقالة بتاريخ:1-6-2011. مرور :22-8-2012.

(2) Climate Change and its Impacts on Tourism، Report Prepared for WWF-UK، David Viner and Maureen Agnew Climatic Research Unit، University of East Angila Norwich، UK NR4، July 1999.



**شكل(6): تعرية الساحل وخراب البنية التحتية للسياحة على إثر إعصار إيفان في توباجو**

**Source: Climate Change and Tourism، Responding to Global Challenge، Report، World Tourism Organization and United Nations Environment Programme،2008.**

وفيما يتعلق بالتغيرات الجيولوجية، فإن تأثيرها قد يبدو أعمق من تلك المناخية، حيث أنها تتعلق بحدوث تغيرات في بنية الأرض التركيبية بشكل يؤدي إلى حدوث العديد من الظواهر المدمرة مثل الزلازل والبراكين ويتوقف معها تماما حدوث أي طلب سياحي، وفيما يتعلق بهذه الظاهرة الأخيرة"البراكين"،كان أشدها هو بركان أيسلندا عام 2010 والذي فاقت تأثيراته السلبية أحداث الحادي عشر من سبتمبر الارهابية في الولايات المتحدة عام 2001، وكان أبرز ما نقل عن تأثير هذا البركان:

**" عبرت الطبيعة عن غضبها وثورتها بأيسلندا، وأخرجت حممها البركانية لتعتم سماء هذه البقعة من الأرض وهو ماإنعكس بشكل كبير على صناعة السياحة وقطاع الطيران، حيث قامت العديد من شركات الطيران في دول عدة بالغاء رحلاتها إلى أوربا مما شل حركة الطيران بهذه المنطقة وهو مانتج عنه من بقاء السائحين عالقين حيث هم لعدم توافر وسيلة لنقلهم، ذلك بالاضافة إلى الخسائر الجمة التي تعرضت لها شركات الطيران والفنادق، ويلقي بركان أيسلندا بهذه الظلال السيئة على قطاع الطيران، لأن الطائرات تتضرر نتيجة الترسبات التي يخلفها على محركاتها، بالاضافة إلى الخدوش التي قد يسببها على جسم الطائرة مما يجعلها عرضة للتآكل كونه يتكون من مزيج من الصخور الصغيرة المسحوقة والزجاج الناجم عن مرجل الحمم البركانية الساخنة، كما أن غباره يتسبب في إيفاق محركات الطائرات لأنه يسد عنها الهواء "**(1).

(1) http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=367108&pg=1،Accessed on 22-8-2012.

## خاتمة الفصل الأول:

استعرض الفصل في بداياته حقيقة وطبيعة الديموغرافيا والجوانب المختلفة التي تشملها الدراسات المتعلقة بها، ولقد تم الكشف على أن الديموغرافيا هي علم احصائي يهتم بدراسة خصائص السكان المختلفة داخل مجتمع ما من حيث أعمارهم وأجناسهم ومستواهم التعليمي والثقافي والاقتصادي...الخ، وذلك دون الاهتمام بدراسة السلوك الخاص بالسكان والذي تهتم به الدراسات السكانية الأخرى، والكشف عن هذه الخصائص المختلفة يفيد في قياس مدى تقدم المجتمعات ووضع خطط التنمية الاقتصادية والاجتماعية..الخ داخل هذه المجتمعات. وكشف الفصل أيضا النقاب عن التقسيمات الديموغرافية المختلفة" **اجتماعية- اقتصادية- صحية- علمية ثقافية**"، وعرض طبيعة هذه المؤشرات المختلفة والأساليب والطرق المتعلقة بقياسها وتصنيفها مع عرض أمثلة توضيحية في هذا الشأن، وختم الفصل أبوابه بالتعرف على أهم التغيرات العالمية المختلفة المؤثرة على الطلب السياحي الدولي، وهذه التغيرات شملت ستة عناصر: **سلوك المستهلك السياسات السياحية، العامل الاقتصادي،التغيرات الديموغرافية، التغيرات التكنولوجية والتهديدات،** وتم الكشف على وجود تغيرات كبيرة مؤثرة على الطلب السياحي الدولي من جراء هذه العناصر السابقة، والتي تميزت ولاتزال تتميز بتغيراتها المستمرة بشكل يلقي بظلال كبيرة في التأثير على حجم وطبيعة هذا الطلب السياحي الدولي. ولقد تم توضيح ذلك بشكل أكبر من خلال الجداول والأشكال المختلفة التي تم توظيفها لبيان طبيعة هذا التأثير المشار إليه. ومما لاشك فيه هنا، فإن ماسبق استعراضه داخل جنبات هذا الفصل يعتبر ذو أهمية قصوى لما سوف يلي هذا الفصل " **الفصل الثاني**"، فالحديث عن التقسيمات الديموغرافية المختلفة هو مقدمة نحو الكشف عن طبيعة تأثير التغيرات المرتبطة بهذه التقسيمات على الطلب السياحي الدولي (على سبيل المثال الاحصاءات المتعلقة بمستويات الدخل ومعدلات الخصوبة سوف يتم استعراض تأثيرها المحتمل على عملية الطلب السياحي الدولي)، وبالمثل هنا، فإن استعراض أهم التغيرات العالمية المؤثرة على طبيعة هذا الطلب،سوف ينقلنا للحديث عن تأثير أكثر هذه المؤشرات والتغيرات العالمية أهمية، **تحديدا تأثير التغيرات الديموغرافية العالمية،** ودور هذه التغيرات في ظهور مايطلق عليه بأنماط سياحية جديدة مع عرض أمثلة توضيحية في هذا الصدد"دراسات حالة مختلفة".

# الفصل الثاني
# الطلب السياحي الدولي في ظل التغيرات الديموغرافية العالمية

## مقدمة

تعد الديموغرافيا أحد العوامل الخارجية التي تشكل الطلب السياحي وعملية التنمية السياحية، وهذه التغيرات الديموغرافية ،التي يختص بدراستها الجانب التسويقي، **لها تأثير على أشكال الطلب الخاص بالسفر" ويشمل ذلك تكرار السفر، مدة الاقامة، المنتجات"**، والديموغرافيا سوف تترك تأثيرا عميقا على عملية السياحة في العقود القادمة حيث سوف تؤثر على أنماط السائحين المسافرين،من أين يأتون وإلى أين يتجهون، وأنماط الاقامة التي يطلبونها والأنشطة التي يشاركون فيها أثناء السفر. وعلى ذلك، فإن لصناعة السياحة فرصة أفضل في التقدم والنهوض إذا ماتم تفهم هذه التغيرات بشكل كبير من خلال الدراسات والاحصائيات المختلفة والتصرف بناءا عليها من خلال تبني الإستراتيجيات والخطط التسويقية المختلفة[1].

ويهدف الفصل الثاني إلى معرفة التأثيرات المتعلقة بتلك التغيرات الديموغرافية على الطلب السياحي الدولي من خلال استعراض التغيرات المتعلقة بالتقسيمات الديموغرافية المختلفة وعرض تأثيراتها المتوقعة والمحتملة على عملية الطلب داخل السوق السياحي الدولي، وهذه التقسيمات التي تخضع للتغيرات تشمل: **نمو السكان والشيخوخة – متوسط الأعمار– التمركز السكاني– تركيبة الأسرة– مستوى المعيشة – مستوى الدخل – معدل الخصوبة– المستوى التعليمي والثقافي–المستوى الصحي– الهجرة.** كما يهدف الفصل أيضا إلى استعراض دور هذه التغيرات السابقة في ظهور أنماط سياحية جديدة غير مألوفة من قبل. وأخيرا يعرض الفصل دراسات حالة متعلقة بهذه التغيرات الديموغرافية فى دولتين (فرنسا–إيطاليا) واستعراض التأثيرات المتوقعة بسببها على الطلب السياحي الدولي الوافد منهما.

وبصفة عامة، يهدف الفصل الثاني إلى محاولة وضع إجابة دقيقة (من خلال البيانات والحقائق المختلفة التي سوف يتم عرضها )على ما يلي:

- **هل لهذه التغيرات الديموغرافية العالمية الحالية تأثير بارز وملحوظ على حجم وطبيعة الطلب السياحي الدولي؟**
- **في حالة وجود هذا التأثير، ماهي أبرز هذه التغيرات ؟**
- **هل لهذه التغيرات دور في ظهور أنماط سياحية جديدة؟**

---

(1) Demographic Change and Tourism، World Tourism Organization، European Travel Commission، 2010،P1.

## أولا: أهم التغيرات الديموغرافية العالمية وتأثيرها على الطلب السياحى الدولى

### أولاً: تغيرات نمو السكان والشيخوخة
### :Population Growth and Ageing Changes

عدد سكان العالم في نمو وازدياد مستمر، فبينما كان بليون نسمة فقط عام 1800، ارتفع إلى 2 بليون نسمة عام 1927، 3بليون عام 1960، 4 بليون عام 1974، 5 بليون عام 1987، وبعد ذلك إستمر في التزايد ليصل إلى 6 بليون عام 1999 إلى أن وصل7 بليون نسمة عام 2011 (جدول7) ، ويتوقع للمعدل الكلي للسكان في العالم أن يتزايد من 6.9 بليون نسمة إلى 8.3 بليون نسمة في الفترة مابين عامي 2009–2030. وهذا النمو لن ينتشر بشكل متساوي عبر أرجاء الكرة الأرضية، حيث أن هناك أقاليم مختلفة سوف تنمو بمعدلات مختلفة وأقاليم أخرى سوف ينخفض فيها هذا النمو بشكل ملحوظ كنسبة مئوية من الكل.

**جدول(7): تطور النمو السكاني في العالم حتى 2011**

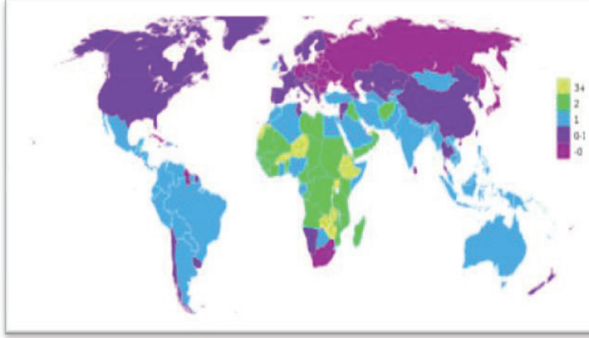
| السنة | عدد السكان "بليون" |
|---|---|
| 1800 | 1 |
| 1927 | 2 |
| 1960 | 3 |
| 1974 | 4 |
| 1987 | 5 |
| 1999 | 6 |
| 2011 | 7 |

**المصدر: مكتب السكان بالأمم المتحدة –2011**

أوربا، على سبيل المثال، سوف ينخفض نموها بنسبة 1%، بينما قارتي أمريكا وأسيا سوف تزيد نسبة نموهما بمعدل17%–18% على التوالي، ومعدل نمو أسيا سوف يتأثر بنمو سكان الهند والصين واللذان سوف يستحوذان على نسبة أقل قليلا من 20% من النمو العالمي نسبة الشيخوخة، حيث سوف يكون هناك ارتفاع مدهش في أوربا للأعمار مافوق الخمسين عاما، بينما يبقى أغلب سكان أسيا في نفس الفترة تحت سن خمسة وأربعين عاما[1].

(1) Demographic Change and Tourism،Op،Cit،P3.

وبشكل عام، نجد هنا أن معدل النمو البشري للسكان قد انخفض بعد وصوله للقمة عامي 1962-1963 بنسبة **نمو سنوي بلغت 2.20%**. ففي عام 2009 قدر معدل النمو السنوي للسكان **بنحو 1.1%**، حيث شهد كل إقليم في العالم انخفاضات كبيرة في معدلات النمو في العقود الأخيرة ، على الرغم من أن معدلات النمو ظلت مرتفعة فوق حاجز 2% في بعض دول الشرق الأوسط وجنوب القارة الأفريقية، وأيضا في جنوب أسيا، جنوب شرق أسيا وأمريكا اللاتينية.




**خريطة (4): معدلات النمو السكاني في العالم (2011)**

**Source: CIA World Factbook " 2011 estimate"**

- **بعض دول أفريقيا :معدل نمو 3%**
- **أغلب دول أفريقيا : معدل نمو 2%**
- **أغلب أجزاء أمريكا اللاتينية- جنوب أمريكا الشمالية- جنوب أسيا : معدل نمو 1%**
- **شمال ووسط قارة أمريكا الشمالية- غرب وشمال أوربا - شرق وشمال أسيا :معدل نمو 0.1%**
- **شمال أوربا- أجزاء محدودة في قارة أمريكا اللاتينية وجنوب أفريقيا :0 معدل نمو 0%.**

ولقد شهدت بعض الدول معدلات نمو سكاني منخفضة ، خاصة في أوربا الشرقية لأسباب رئيسية تكمن في انخفاض معدلات الخصوبة، معدلات الوفيات المرتفعة ، الهجرة، بالاضافة إلى عملية الاجهاض. ويكون معدل النمو بطئ في دولة جنوب أفريقيا بسبب معدلات الوفيات الناتجة عن الإنتشار الكبير لفيروس**HIV**(1)، بعض دول أوربا الغربية قد تواجه أيضا

(1) فيروس يعطل من عمل جهاز مناعة الجسم ويؤدي إلى الإيدز ويطلق عليه بالإنجليزية Human Immune deficiency Virus

معدلات نمو منخفضة، فضلا عن أن النمو السكاني في اليابان أخذ في الانخفاض منذ عام 2005[1].

ومعدلات النمو السكاني المنخفضة بصفة عامة في العالم سوف تلقى بظلالها على ظاهرة ارتفاع نسبة الشيخوخة في العالم ، وفي هذا السياق، أكدت منظمة الصحة العالمية أن تخصيص اليوم العالمى للصحة لعام 2012 حول الشيخوخة يأتى بسبب تنامى ما يسمى بظاهرة **تشيخ السكان "Ageing"** ، وهى ارتفاع نسبة المسنين ممن تجاوزوا 60 عاما، حيث إنه من **بين كل 10 أشخاص يوجد شخص مسن**، ومن المتوقع أن ترتفع تلك النسبة إلى 22% من اجمالى سكان العالم،أى بما يعادل 2 مليار شخص، بحلول عام 2050[2].

وتشير الدراسات إلى أن هناك قوتين وراء تصاعد ظاهرة الشيخوخة في العالم، **الأولى** هي تراجع مستويات الخصوبة، حيث تميل الأسر في جميع دول العالم حاليا إلى تفضيل انجاب عدد أقل من الأطفال، وهو ما يقلل من نسبة السكان صغيري السن إلى اجمالي السكان، **القوة الثانية** وراء هذه الظاهرة هي ارتفاع متوسط توقع العمر للسكان، حيث أصبح الناس يعيشون اليوم بصورة أكبر ولأعمار أطول، وهو ما يؤدي إلى ارتفاع نسبة السكان كبار السن. فقد ارتفع توقع العمر للإنسان خلال الـ 60 عاما السابقة بصورة أكبر مما تحقق للإنسان خلال الستة آلاف عاما السابقة[3].

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:

### أولا: تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** ارتفاع نسبة المسنين من السائحين "خاصة سائحي الدول المتقدمة في أوربا" بسبب ظاهرة تشيخ سكان هذه الدول- صغر أعمار سائحي الدول الأقل تقدما بالمقارنة.

2- **المنتج السياحي:** اختيار الرحلات السياحية سوف يكون وفقا لأعمار المستهلكين المختلفة في العالم- السائحين صغار السن الذين يعملون لفترات كاملة سوف يبحثون عن الإجازات المتعلقة بالاسترخاء- بينما السائحين الأكبر سنا والذين يتمتعون بأوقات فراغ أكبر قد يخرجوا لممارسة أنشطة جديدة.

---

(1) Population Growth، Wikipedia،the free encyclopedia،Accessed on: 31-8-2012.

(2) جريدة اليوم السابع المصرية ،ارتفاع نسبة المسنين إلى 22% بحلول 2050، مقالة، عدد 29 مارس-2012.

(3) قناة العربية، شيخوخة السكان في العالم، تقرير، محمد إبراهيم السقا، بتاريخ 8يوليو 2011 "نقلا عن الاقتصادية السعودية".

3- **مصادر المعلومات:** الوكالات السياحية ووسيلة الإنترنت بالنسبة للسائحين كبار السن، بينما قد يعتمد السائحون الأصغر سنا أكثر على الصحف والمجلات والأصدقاء بالاضافة إلى وسائل الإنترنت والوكالات السياحية "خاصة في حالة الرحلات الجماعية".

4- **تجربة الاقامة:** يميل كبار السن "خاصة من الدول المتقدمة الغنية" إلى اختيار وسائل الاقامة الأكثر ملائمة لهم "مثال: الفنادق الفاخرة" ، بينما يميل السائحون الأصغر سنا إلى تنويع مصادر الاقامة "فنادق– بيوت شباب– معسكرات....الخ" وكذلك اختيار أنواع اقامة مستقلة.

5- **وسائل النقل المستخدمة:** يميل كبار السن إلى التصميم الذي يأخذ في اعتباره احتياجات ومتطلبات هذه الفئات والذي يوفر سهولة أكبر في عملية الاستخدام "مثال: القطارات والسيارات المجهزة"، كما تميل الفئات العمرية الأخرى إلى نفس الأمر. ويعتمد اختيار وسيلة النقل هنا على طبيعة الرحلة السياحية بصفة عامة.

6- **تكرار التجربة السياحية:** يميل السائحون من الفئات العمرية المتوسطة والصغيرة إلى تكرار التجربة السياحية "خاصة مع فاعلية وسيلتي التسويق والاتصالات في السياحة". بينما قد لايميل السائحون الأكبر سنا لهذا الأمر، حيث قد يفضلوا الخروج لممارسة تجارب سياحية جديدة خاصة مع تمتعهم بأوقات فراغ أكبر.

**ثانيا: تأثيرات كمية**

1- **تطور أعداد السائحين:** سوف يكون هناك ارتفاع ملحوظ في أعداد السائحين بسبب النمو السكاني المتسارع في العالم " كما يوضح جدول 7".

2- **مستويات الانفاق:** متطلبات السائحين كبار السن سوف تكون مختلفة عن تلك الخاصة بالسائحين الأصغر سنا، وعلى ذلك سوف تختلف مستويات الانفاق تبعا لذلك، ومن الممكن هنا أن تتميز مستويات انفاق الفئات الأصغر سنا بالارتفاع مقارنة بالفئات الأكبر بسبب أن هذه الفئات الأخيرة تميل إلى اختيار الرحلات السياحية الشاملة الأقل تكلفة، بينما تميل الفئات الأصغر إلى تلك الرحلات التي تتميز بأكبر قدر من الترفيه والاستقلالية " رحلات المغامرات" ذات الفترات الزمنية الأكبر والتي تتطلب معدلات انفاق عالية.

3- **زمن الرحلة السياحية:** من الطبيعي والمرجح أن يتنوع زمن الرحلات السياحية بسبب النمو السكاني المتسارع في مختلف دول المنشأ السياحي مع زيادة ذلك الطلب المرتبط بكبار الأعمار.

## ثانياً: تغيرات متوسط العمر المتوقع Life Expectancy Changes:

يتزايد متوسط العمر المتوقع عبر أرجاء العالم، ويرجع سبب ذلك في الدول النامية (كما كان الحال في هذه الدول في القرن الماضي) إلى هبوط معدلات وفيات الرضع **Infant Mortality Rates**، وفي الدول المتقدمة حدث هناك تقدم في مواجهة الأمراض المعدية **infectious diseases** وأمراض الحياة المتأخرة ( مثل السرطان) بالشكل الذي يؤدي إلى اطالة أمد الحياة. ومن الممكن الافتراض هنا أن الدول النامية سوف تسير في هذا الاتجاه لمدة العشرين سنة القادمة. ومن الطبيعي هنا أن يكون ارتفاع متوسط العمر المتوقع هو أحد عاملين رئيسيين في تعديل الحجم والتركيب العمري الخاص بسكان العالم، على الرغم من وجود بعض التأثيرات المنعكسة على ذلك[1]. وقد أكد تقرير الصحة العالمية الذي يطرح علي الجمعية العامة للصحة العالمية على ارتفاع متوسط عمر الإنسان **من 64 عاما في التسعينات الى 68 عاما في العقد الأول من القرن 21** . وأكد التقرير على تراجع عدد وفيات الأطفال في العالم خلال السنوات العشر الماضية (قبل 2011) **بنسبة تصل الى ضعف معدلات التسعينات** بسبب زيادة الانفاق في مجال الرعاية الصحية للرضع وحديثي الولادة وبرامج التطعيم و كذلك انخفاض معدلات الوفيات للحوامل والمرتبطة بالولادة، وطالب التقرير بضخ المزيد من الموارد في مجال الصحة خاصة في الدول الفقيرة[2].هذا، ويوضح الجدول التالي( جدول8) مدى ارتفاع متوسط عمر الإنسان المتوقع في العالم وذلك من خلال عرض التقديرات الكلية (حتى الفترة 2010–2015) وحسب الجنس ذكر – أنثى :–

**جدول(8): متوسط العمر العالمي خلال الفترة 1985–2015**

| السنة | الكل | ذكر | أنثى |
|---|---|---|---|
| 1990–1985 | 63.2 | 61.2 | 65.2 |
| 1995–1990 | 64.0 | 61.9 | 66.2 |
| 2000–1995 | 65.2 | 63.0 | 67.4 |
| 2005–2000 | 66.4 | 64.2 | 68.6 |
| 2010–2005 | 67.6 | 65.4 | 69.8 |
| 2015–2010 | 68.9 | 66.7 | 71.1 |

**Source: Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat، *World Population Prospect: The 2008 Revision،2009.***

(1) Demographic Change and Tourism،Op،Cit،P58.

(2) ارتفاع متوسط عمر الإنسان– تقرير منظمة الصحة العالمية –2011.

يوضح جدول(8) مايلي:-

1- مدى تزايد متوسط عمر الإنسان "بثبات"، حيث بلغت النسبة الكلية عام 1985 **(63.2 سنة)** حتى وصلت عام 2010 إلى **(68.9 سنة )**.

2- متوسط عمر الذكور ارتفع من **(61.2 سنة)** عام 1990 إلى **(66.7 سنة)** عام 2010 . فيما ارتفع متوسط عمر الإناث من **(65.2سنة)** إلى **(71.1سنة)** خلال نفس الفترة المذكورة.

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:

### أولا: تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** السائحون كبار السن من أسواق الدول المتقدمة سوف يتمتعون بروح شبابية أكثر من الأجيال السابقة، وربما يكون عندهم روح المغامرة وتجربة أشياء جديدة. كما سوف تتوفر أوقات أكبر لهم للخروج أكثر من البالغين الأقل سنا للسفر خارج موسم إجازات المدارس[(1)].

2- **المنتج السياحي:** سوف تتنوع حاجات هؤلاء السائحين ومن ضمنها الحاجة إلى الرعاية الصحية والخروج لممارسة إجازات تتميز بأكبر قدر ممكن من توفير الراحة والأمان والاهتمام بالجانب الصحي.

3- **مصادر المعلومات:** المستهلكين كبار السن، في الوقت الحاضر، أقل ميلا للحصول على خدمات الإنترنت، حيث يستخدمون أجهزة الاتصالات المتحركة، ولكن بعد مرور عدة سنوات من الأن، فإن ذلك الاتجاه سوف يتغير بشكل ملفت للنظر مع وجود مستهلكين كبار السن أكثر ادراكا للتكنولوجيا ورغبتهم في اثراء جميع جوانب التجربة السياحية.

4- **تجربة الاقامة:** سوف يلجأ المستهلكون كبار السن إلى اختيار وسائل الاقامة التي تتناسب مع احتياجاتهم ومتطلباتهم من الراحة وتوفير الخدمات الصحية، وهنا لن يكون هناك تنوع كبير في اختيار هذه الوسائل.

5- **وسائل النقل المستخدمة:** الطلب على هذه الوسائل سوف يتميز بكونه موجها نحو تلك الوسائل التي تتميز بأكبر قدر ممكن من الملائمة والراحة، خاصة مع وجود عدد كبير من المستهلكين كبار السن عندهم حالات عجز بسيطة، وهنا فإن قطاع النقل لابد أن يراعي هذه النقطة فيما يتعلق بنوعيات التصميم وتدريب الموظفين.

---

(1) Demographic Change and Tourism ،Op، Cit،P59.

6- **تكرار التجربة السياحية:** لايميل كبار السن في الغالب إلى تكرار الرحلة أو التجربة السياحية، ولكن الأمر قد يعتمد هنا على التفضيلات الشخصية في بعض الأحيان، وعلى فاعلية وكفاءة جهاز التسويق السياحي في أحيان أخرى.

**ثانيا: تأثيرات كمية:**

1- **تطور أعداد السائحين:** ارتفاع أعداد السائحين كبار السن "خاصة أولئك القادمين من أسواق الدول المتقدمة "بسبب التغيرات الايجابية المرتبطة بارتفاع متوسط الأعمار المتوقعة في العالم في السنوات الأخيرة " كما تشير بيانات جدول8".

2- **مستويات الانفاق:** سوف تتنوع مستويات الانفاق وفقا لنوعيات الرحلات السياحية المختارة، ولكن من المرجح هنا أن تتميز بعدم الارتفاع الكبير خاصة مع ميل وتفضيل المستهلكين كبار السن للرحلات السياحية الشاملة في الأغلب.

3- **زمن الرحلة السياحية:** سوف يتميز بانخفاضه النسبي بسبب ارتباط الطلب السياحي بكبار الأعمار وتفضيلهم في الغالب للرحلات السياحية الشاملة او تلك التقليدية ذات الفترات الزمنية القصيرة.

**ثالثاً: تغيرات التمركز السكاني Population Location Changes :**

- يختلف توزيع السكان من إقليم إلى أخر على سطح الأرض، فيلاحظ أن هناك أقاليم تتركز فيها أعداد كبيرة من السكان، بينما يقل هذا التركز في أقاليم أخرى، ويكاد ينعدم في أقاليم ثالثة، ويمكن تحديد أكثر جهات العالم ازدحاما بالسكان وأعلاها كثافة بأربع مناطق رئيسية وهي:

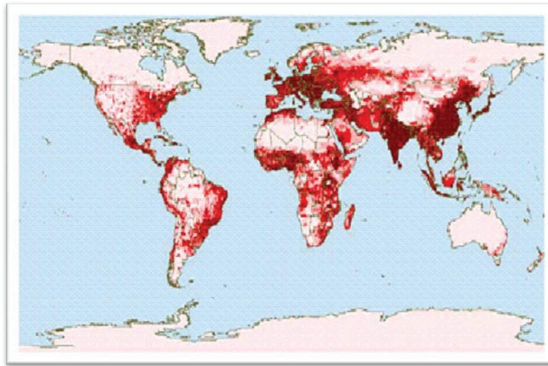
1- **الجزء الجنوبي من قارة آسيا**، الذي يضم الهند، وباكستان، وبنجلاديش، وسريلانكا، وبورما، وتايلاند، وكمبوتشيا، وماليزيا، واندونسيا، ويكون سكانه **نحو 26.2%** من اجمالي سكان العالم.

2- **الجزء الشرقي من قارة آسيا** والذي يشمل الصين الشعبية، واليابان، وكوريا، وتايوان، والفلبين، وفيتنام، وهونج كونج، وسنغافورة، ومنغوليا، ويكون سكانه **نحو 27.8%** من اجمالي سكان العالم.

3- **قارة أوروبا** وخاصة الجزء الغربي منها، ويمثل سكان هذا الجزء **نحو 10%** من اجمالي سكان العالم.

4- **الأجزاء الشرقية من قارة أمريكا الشمالية**، ويسهم سكانها **بنحو 5%** من اجمالي سكان العالم(1).

وستظل أسيا المنطقة الرئيسية الأشد كثافة في العالم خلال القرن الحادي والعشرين، ولكن أفريقيا ستزداد كثافة أيضا حيث سيتضاعف عدد سكانها إلى الثلاثة أمثال، ويرتفع عدد سكانها من **1 بليون** نسمة في عام 2011 إلى **3.6 بلايين** نسمة في عام 2100، وفي عام 2011 عاش **60 في المائة** من سكان العالم في أسيا **و15في المائة** في أفريقيا . ويزداد عدد سكان أفريقيا بنسبة **2.3 في المائة** سنويا خلال الفترة من 2010 إلى 2015، وهو معدل يبلغ أكثر من ضعف معدل زيادة السكان في أسيا **(1 في المائة سنويا)** ، ويبلغ عدد سكان جميع المناطق الرئيسية الأخرى مجتمعة ( الأمريكتان، وأوربا، وأوقيانوسيا) **1.7** بليون نسمة في عام 2011(2).



**خريطة(5): خريطة الكثافة السكانية في العالم (2011)**

**Source: geography-library.blogspot.com،on:5-9-2012.**

وفي العصر الحديث كانت حركة السكان من المناطق الريفية إلى المناطق الحضرية هي الصفة المميزة لحركة السكان داخل حدود الدولة . فوفقا لتقرير التنمية البشرية لعام ٢٠٠٠ الصادر

(1) جغرافيا بشرية، توزيع السكان، ويكيبيديا الموسوعة الحرة، مرور: 4-9-2015.

(2) شعبة السكان التابعة لإدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية بالأمم المتحدة، تقرير حالة سكان العالم 2011، صندوق الأمم المتحدة للسكان ، ص5.

عن الأمم المتحدة، لم يتجاوز سكان الحضر على مستوى العالم ٣٨ % من اجمالي سكان العالم عام ١٩٧٥ ليصل إلى حوالي ٤٧ % عام ١٩٩٨ . وبلغت هذه النسبة على مستوى الدول العربية ٤٢% عام ١٩٧٥ وارتفعت إلى ٥٦ % عام 1998، ووفقا لتقرير صندوق الأمم المتحدة للسكان عن حالة سكان العالم ٢٠٠٧، فإنه بحلول عام ٢٠٠٨ ولأول مرة سيعيش أكثر من نصف سكان العالم في المناطق الحضرية[1]. وهو ماحدث بالفعل حيث تعدت نسبة سكان الحضر 50% عام 2010 كما يوضح الجدول التالي ( جدول9):

**جدول(9): نسبة سكان الحضر العالمية حتى 2010**

| السنة | سكان الحضر% |
|---|---|
| 1990 | 43 |
| 1995 | 45 |
| 2000 | 47 |
| 2005 | 49 |
| 2010 | 51 |

**Source: Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat، *World Population Prospect: The 2008 Revision، 2009***

وهناك جانبين هامين متعلقين بمسألة التمركز السكاني، **الأول** يرتبط بزيادة نصيب تمركز سكان الدول النامية في العالم، وعلى نحو معاكس لذلك، تناقص هذا النصيب خاصة ذلك المتعلق بأوربا. **الثاني** يرتبط بالتحول العالمي من المجتمعات الريفية إلى تلك الحضرية[2] ( كما يعرض جدول9).

(1) توزع السكان الجديد، ورقة بحثية، مكتب الاحصاء السوري،2008.

(2) Demographic Change and Tourism،Op،Cit،P60.

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:

### أولا: تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** وجود ميل أكبر للسفر من جانب سكان الحضر عن أولئك المقيمين في الريف. دخول المستهلكين الأسيويين كعنصر فعال داخل التجربة السياحية.

2- **المنتج السياحي:** تجربة الحياة المدنية لدى سكان الحضر في الدول المتقدمة سوف تؤدي بهم إلى خلق طلب على التجارب المتعلقة بالسياحة الريفية **(كنوع من تغيير المشاهد والإيقاع Change of scene and pace)**، وتجربة المنتجات السياحية التي تقدم عناصر خاصة **بالعودة للطبيعة back to nature elements** [1] . فضلا عن عمل زيارات سياحية للمدن والمراكز الحضرية. ومن المتوقع أن ينشط داخل هذا الإطار مايطلق عليه بالرحلات الشاملة **Fully Inclusive Tours"FIT"**.

3- **مصادر المعلومات:** سوف يكون هناك اعتماد كبير– مع زيادة التمدن والتحضر وتوفير التسهيلات التكنولوجية المتنوعة تبعا لذلك–على تقنيات الاتصال المعتمدة على وسيلة الإنترنت السلكي واللاسلكي.

4- **تجربة الاقامة:** تجارب الاقامة سوف تكون فريدة ومتنوعة مع الاتجاه نحو الريف والطبيعة، حيث يتوقع أن تتنوع وسائل الاقامة تبعا لذلك (مثال: معسكرات– بيوت شباب– فنادق ريفية...الخ).

5- **وسائل النقل المستخدمة:** مع زيادة الانخراط في عمل رحلات سياحية نحو الريف، سوف ينشط استخدام العديد من وسائل النقل المتعددة المتجهة لهذه المناطق الريفية، وبصفة خاصة هنا السيارات– الحافلات والقطارات.

6- **تكرار التجربة السياحية:** زيادة خبرة السائحين سوف تدفعهم للبحث أكثر عن تجارب

7- سياحية ذات تنوع أكبر وممارسة أنشطة سياحية غير مألوفة.

### ثانيا: تأثيرات كمية:

1– **تطور أعداد السائحين:** تنامي أعداد السائحين الوافدين من داخل المدن والمراكز الحضرية المختلفة في العالم "كما توضح بيانات جدول9"، خاصة تلك المراكز المنتشرة في قارتي أوربا وأسيا.

---

(1) Ibid،P60.

**2- مستويات الانفاق:** سوف يتزايد انفاق هؤلاء المستهلكين المرتبطين بتلك المراكز الحضرية مع تنامي عدد سكان الحضر حول العالم مع وجود فرص اقتصادية أكبر عن تلك الموجودة داخل المراكز الريفية.

**3- زمن الرحلة السياحية:** سوف يتميز بتنوعه الكبير مع زيادة أعداد السائحين القادمين من المراكز الحضرية لعمل الرحلات السياحية المختلفة.

## رابعاً: تغيرات تركيبة الأسرة Family Structure Changes:

الأسرة مؤسسة عامة من المؤسسات الموجودة في أي مجتمع على إمتداد رقعة العمران البشري المعروف بأبعاده الزمانية والمكانية على السواء، ولكن الحقيقة المكملة لهذا المبدأ العام هي أن خصائص المجتمع الإنساني وظروفه هي التي تحدد في كل حالة الشكل الذي تتخذه الأسرة في هذا المجتمع. ويأتي على رأس تلك الخصائص والظروف الاجتماعية الأنساق الاقتصادية والثقافية في المجتمع[1]. كما كان للتقدم التكنولوجي تأثيرات متعددة على الأسرة من حيث بناؤها ووظائفها، ولذلك نجد أن حجم الأسرة في المجتمعات التي تأخذ بأسباب التكنولوجيا يميل إلى النقصان باستمرار مع مايصحبه من انتشار نظام الأسرة النواة التي تتكون من الزوج والزوجة وأولادهما، ولكن هذا لايعني أن التكنولوجيا هي السبب في نشأة هذا النوع من الأسرة، وإنما يعني أنه من أكثر الأشكال ملائمة للنظام التكنولوجي[2].

ولقد كان التأثير المتعلق بطول الحياة وهبوط معدلات الخصوبة كبيراً، بحيث أن تركيبات الأسرة أصبحت أطول وذات أشكال مستقيمة، وتحركت هذه التركيبات من الشكل الأفقي( **حيث يكون أغلب أعضاء الأسرة أخوة وأخوات أو أبناء عمومة)** ذو الأجيال القليلة إلى تركيبات ذات شكل عمودي **(حيث يكون أغلب أعضاء الأسرة من أجيال مختلفة)** أكبر مع وجود تعدد متنوع لهذه الأجيال. كما أن هذه التغيرات في مراحل الحياة ووجود مراحل انتقالية أكبر للأسرة تفترض إمكانية زيادة معدلات السياحة الفردية مع الوضع في الاعتبار نمو سوق البالغين الصغار في كل من أسيا والبرازيل، وهذا قد يشمل المسافرين بين الأوقات المختلفة "الدراسة-العمل...الخ" **Gap**

---

(1) علياء شكري، الاتجاهات المعاصرة في دراسة الأسرة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص33.

(2) سناء الخولي، الأسرة في عالم متغير،دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011،ص8.

**Year Travellers**، كما أنه من الممكن، وعلى نحو مشابه، نمو سوق سفر الأجيال المتداخلة ( الأجداد والأحفاد) ومجموعات الأسر متعددة الأجيال[1].

ومع تحول الأسرة أكثر من الشكل الأفقي إلى الشكل العمودي بسبب طول الأعمار وصغر أحجام الأسرة، فإن الأجداد يستمتعون بوجود وقت أكبر مع أحفادهم بما أنهم يعيشون لفترات أطول، فأجداد الوقت الحاضر يتوقعوا أن يستمتعوا بهذا الوقت مع أحفادهم أكثر من سنوات الستينات (من القرن الماضي)، وهذا الشكل العمودي للأسرة واضح بشكل أكبر من خلال اندماج عدد أكبر من الأجداد في رعاية أحفادهم، بينما كان شيوع وجود الأخوة والأخوات **siblings** في السابق داخل الأسر الكبيرة مسئولا عن انتشار واجبات مربيات الأطفال، فأجداد الوقت الحاضر أصبح بإمكانهم التمتع بدور أكبر داخل الأسرة[2].

**<u>التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:</u>**

**<u>أولا: تأثيرات كيفية:</u>**

1- **خصائص السائحين:** وجود سائحين ينتمون لأسر أكثر تنوعاً، أكثر تعددا في الأجيال "خاصة في الدول المتقدمة"، انتشار السائحين الأفراد داخل الأسرة الواحدة– الشرائح المطلقة والأباء المنفردين "خاصة مع تحلل وتفسخ العلاقات الاجتماعية في العالم المتقدم"، وجود مسافرين ينتمون لأجيال مختلفة **multi-generation travelers**.

2- **المنتج السياحي:** اتجاه أحجام الأسر نحو التقلص "خاصة في العالم المتقدم" سوف يعني زياة فرص الحصول على التعليم والثقافة والاشتراك في الرحلات المتعلقة بهذا الغرض. كما أن نمو سوق السفر المنفرد "الشرائح المطلقة والأباء المنفردين" ومعهم الأجداد كبار السن، سوف يعني وجود فرص أكبر للسياحة التعليمية والثقافية وسياحة الاهتمامات الخاصة.

3- **مصادر المعلومات:** سوف يكون هناك اتجاه كبير لاستخدام الأسر المختلفة في العالم المتقدم لوسيلة الإنترنت في حجز الرحلات السياحية "مع وجود تغيرات اقتصادية وتعليمية ملحوظة"، مع الاتجاه أيضا لحجز الرحلات السياحية الشاملة "المناسبة للأسر" من خلال الوكالات السياحية.

(1) Demographic Change and Tourism، Op، Cit،P59.

(2) Tomorrow's Tourist "paper" ، Ian Yeoman، 2011.

4- **تجربة الاقامة:** سوف يكون هناك اتجاه لطلب وحدات اقامة أكثر مرونة (مثال: غرف متجاورة **adjoining rooms**) مصممة لتلبية حاجات الأجيال المختلفة، كذلك سوف يكون هناك اتجاه للاقامة داخل معسكرات والاقامة عند الأقارب والأصدقاء.

5- **وسائل النقل المستخدمة:** سوف يختلف اختيار الأسر المختلفة الأشكال لهذه الوسائل تبعا لحجم الأسرة والمسافة بين المنشأ والمقصد السياحي والقدرات الاقتصادية لكل أسرة. على سبيل المثال: الأسرة ذات الأحجام المتوسطة والكبيرة والتي تأتي من جهات بعيدة سوف تفضل استخدام وسيلة الطائرة.

6- **تكرار التجربة السياحية:** قد يكون هناك ميل أكبر من جانب الأسر المختلفة لتكرار التجربة السياحية مع زيادة الترفيه والاشباع المتحصل عليه من خلال التجارب السياحية المختلفة.

**ثانيا: تأثيرات كمية:**

1- **تطور أعداد السائحين:** انخفاض أعداد السائحين من الأسر في الدول المتقدمة بسبب اتجاه أحجام الأسر نحو التقلص في جميع هذه الدول "تقريبا"، مع تزايد أحجام السفر المتعلق بالسياحة الفردية وسوق البالغين "خاصة داخل الدول النامية اقتصاديا".

2- **مستويات الانفاق:** تعتمد على حجم الأسرة ووضعيتها الاقتصادية، وبصفة عامة، كلما قلت أحجام الأسرة وارتفع مستواها المعيشي، كلما زادت الفرصة لوجود مستويات انفاق أعلى والخروج لممارسة أنشطة سياحية مختلفة.

3- **زمن الرحلة السياحية:** سوف يعتمد زمن الرحلة السياحية على أحجام الأسرة ووسيلة النقل المستخدمة ونوع الرحلة السياحية، فالأسر المتوسطة والكبيرة الحجم المتنقلة بواسطة الطائرة من أماكن بعيدة لأغراض الترفيه سوف تتمتع برحلات سياحية ذات أوقات أكبر.

ويشير هنا مينتل (Mintel 2009) أن قطاع الإجازات الخاص بالأسر قد شهد وجود نقلة نوعية نحو تقديم منتجات خارجية شاملة، مثل زيارة والاقامة مع الأصدقاء والأقارب وعمل اختيارات خاصة مثل الاقامة في معسكر وزيارة حدائق الإجازات، والتي تكون موظفة، بشكل خاص، لتلبية الطلب الخاص بترفيه الأسرة ذات الأجيال المختلفة ، حيث يكون ذلك الترفيه، والذي يناسب سلسلة الأعمار المختلفة، مدخل رئيسي لتقديم أي منتج(1).

---

(1) Family Tourism ،Carol Southall، Paper، Tourism Insights، UK، Apr،2010.

## خامساً: تغيرات مستوى المعيشة Lifestyle Changes :

هذا العنصر لايتعلق تماما بالأمور الديموغرافية ، ولكنه هام جدا لصناعة السياحة، وعلى اعتبار أن التغيرات الديموغرافية تأخذ مجراها، فإنها تكون مهيأة للتأثير على أهمية هذه الإتجاهات "المتعلقة بأسلوب الحياة"، ونتناول هنا ثلاثة مؤشرات متعلقة بمستوى المعيشة وتأثيرها على الطلب السياحي الدولي:

**1- زيادة الرفاهية والمواقف نحو العمل، وقت الفراغ والسفر:**

إن مسألة تنامي الثراء **rising affluence** حول العالم لها مغزى مرتبط بالمواقف نحو وقت الفراغ والعمل، فقد صاحب ارتفاع مستوى الدخول حدوث **نقلة نوعية في القيم من العمل إلى وقت الفراغ** على اعتبار أن البشر أصبحوا قادرين أكثر على تحمل تكلفة الأشياء بدون التركيز الشديد على مسألة العمل. وهذا الاتجاه ملاحظ في أوربا"حيث كان هناك تناقص في ساعات العمل منذ سنوات السبعينات" وأمريكا اللاتينية ومنطقة الكاريبي، كما أخذ هذا الاتجاه في الظهور في الولايات المتحدة وشرق أسيا حيث ساعات العمل كانت أطول بكثير من تلك الموجودة في أوربا وكثيرا من دول العالم النامي. ولكن مع ذلك لم يستطيع البشر الوصول إلى **حالة الرضاء الكامل في أعقاب هذا المستوى من الرفاهية.** وقد صاحب هذا الشعور بعدم الرضا شعور عام بضخامة الضغوط المتعلقة بالوقت **time pressure** وتعقيدات المجتمع الحديث على الرغم من حقيقة أن غالبية سكان الغرب المعاصرين يتمتعون بأوقات فراغ أكبر كثيرا من السابق. وعلى ذلك، فإن تقدير قيمة الوقت **Value for Time** كانت وستظل تحتل أهمية متزايدة في عملية صنع القرار الخاصة بالبشر بحيث ينعكس ذلك على طلب إجازات مكثفة قصيرة المدى وذات فخامة أكبر. وهذا الركود الاقتصادي **قد خلق أزمات خاصة بالتوفيق بين المال والوقت داخل عقول البشر متسببا في الميل نحو الحصول على إجازات قصيرة داخل المدينة** ، وهذا الاتجاه قد يؤدي إلى زيادة في الميزانية مع زيادة تلك الأنشطة الخاصة برحلات مشاهدة المناظر التقليدية فى آن واحد.

**2- التكنولوجيا:**

تعد زيادة فرص الوصول إلى التكنولوجيا، وبصفة خاصة وسيلة الإنترنت، بمثابة محفز كبير للوعي العالمي، ومن ثم تعمل بمثابة محفز للقيام بعملية السياحة. ولقد كان الإنترنت بمثابة آداة تطوير حيوية داخل صناعة السياحة حيث يكون بمقدور المستهلكين استخدامه لغرض **البحث**

**عن الأفكار، مقارنة الملاحظات، تجميع المعلومات**، ومن ثم حجز الرحلات بشكل مباشر **online**. ولقد تنامى استخدام الإنترنت عبر أرجاء العالم، خاصة في الدول النامية، وسوف تزيد أهمية استخدام الإنترنت ، **ليس فقط لكونه وسيلة بيع وتسويق مع زيادة أعداد المستخدمين له، ولكن أيضا بسبب التوزيع الديموغرافي المتعلق باستخدامه**(1). ولذلك فإن التنمية المرتبطة باستخدام الإنترنت سوف تتزايد أهميتها بشكل أكبر لصناعة السفر والسياحة. وفي هذا السياق يذكر كاستيلس (Castells2000) الأتى:-

**أن التنمية في عصر الشبكات بدون الإنترنت تشبه التصنيع بدون كهرباء - في إشارة بليغة إلى أهمية الإنترنت المحورية حاليا ومستقبلا، وهذا مايفسر تنامي وسرعة انتشاره، حيث قدرت مدة الانتشار بحوالي 7 سنوات فقط ، بعكس بقية التقنيات ( الكهرباء :46 سنة ، الهاتف:35 سنة، الحاسوب: 16 سنة، الهاتف النقال : 13 سنة)**(2).

**3- تقسيم التفضيلات:**

إن تلك الاتجاهات التي تم مناقشتها في السابق من الممكن النظر إليها بمثابة اتجاه عام واحد. **فتنامي الثراء، وجود الميل نحو المخاطر، وجود شعور أكبر بضغوط الوقت وزيادة فرص الوصول للتكنولوجيا**، فإن جميع ماسبق يساهم في تكوين مايطلق عليه **تقسيم التفضيلات Fragmentation of Tastes**، وهذا التقسيم يبدو هو المتعارف عليه في الدول المتقدمة **حيث يكون تقديم تجربة فريدة unique experience "في السفر" معيار رئيسي خاص بمسألة بيع الإجازات**، حيث تزايدت رغبة البشر في الحصول على إجازة تعبر عن الجوهر المتعلق بشخصياتهم والتي تقدم لهم خبرة من المتعذر الحصول عليها في أي مكان أخر. وهناك دلائل على أن ماسبق ينطبق أيضا على الدول النامية، ولكن في تلك الدول الرئيسية المولدة للسياحة مثل الصين والهند، فإن أذواق السفر تميل إلى التحفظ بشكل كبير(3). هذا، وعلى الرغم من كون مستوى الدخل الشخصي يعتبر محدد هام في تقرير مستوى معيشة أي مجتمع ، إلا أنه لايعتبر المحدد الوحيد في تقرير مثل هذا المستوى، حيث أن هناك محددات أخرى تتدخل في هذه العملية كما يوضح الجدول التالي ( جدول10):

---

(1) Demographic Change and Tourism،Op،Cit،PP: 7-8.

(2) بختي إبراهيم-شعوبي محمود فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة،ورقة بحثية، مجلة الباحث، عدد7 ،2009-2010.

(3) Demographic Change and Tourism، Op،Cit،PP :7-8.

**جدول(10): ترتيب أكبر عشر دول من حيث مستوى المعيشة (2011)**

| الدولة | تكلفة المعيشة | الفراغ- الثقافة | الاقتصاد | البيئة | الحرية | الصحة | البنية التحتية | المخاطر والأمن | المناخ | التقييم النهائي | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| أمريكا | 76 | 87 | 100 | 51 | 100 | 90 | 100 | 100 | 85 | 86 | 1 |
| نيوزيلندا | 69 | 92 | 59 | 67 | 100 | 91 | 65 | 100 | 84 | 76 | 2 |
| مالطا | 68 | 94 | 62 | 72 | 100 | 83 | 61 | 93 | 100 | 76 | 3 |
| فرنسا | 68 | 100 | 65 | 75 | 100 | 100 | 55 | 100 | 88 | 75 | 4 |
| موناكو | 47 | 73 | 96 | 45 | 92 | 68 | 90 | 100 | 90 | 75 | 5 |
| بلجيكا | 65 | 80 | 60 | 42 | 100 | 95 | 66 | 100 | 86 | 75 | 6 |
| ألمانيا | 50 | 97 | 65 | 67 | 100 | 93 | 70 | 100 | 80 | 74 | 7 |
| النمسا | 58 | 95 | 60 | 75 | 100 | 94 | 68 | 100 | 76 | 74 | 8 |
| بريطانيا | 60 | 78 | 72 | 69 | 100 | 82 | 71 | 100 | 84 | 74 | 9 |
| اليابان | 61 | 81 | 70 | 66 | 92 | 100 | 61 | 100 | 84 | 74 | 10 |

**Source: International Living، Magazine،Quality of Life Index،2011.**

**ملحوظة: تمنح الدرجة الأخيرة لكل دولة عن طريق وضع تقييم لكل دولة من خلال تسعة مؤشرات يتم الحصول على بياناتها من خلال المنظمات الدولية والحكومية المتخصصة، ثم يتم إحتساب التقييم الأخير( من 100 درجة) من خلال معرفة المتوسط الحسابي للدرجات الخاصة بالمؤشرات التسعة والتي تكون متفاوتة في حسابها على النحو الأتي:**

**تكلفة المعيشة Cost of Living %10 - الفراغ والثقافة Leisure and Culture %10- الاقتصاد Ecomomy %15- البيئة Enivironment %10- الحرية Freedom %10- الصحة Health %10- البنية التحتية Infrastrucure %15- المخاطر والأمنRisk&Safety %10- المناخ Climate %10.**

ويلاحظ هنا أن هناك ارتباط كبير بين هذه المؤشرات السابقة (جدول10) ومعدلات انفاق السياحة الدولية في الخارج المعروضة سابقا ( جدول2). مما يدلل على أهمية مؤشرات مستوى المعيشة في انفاق السياحة الدولية الوافدة والعكس يكون صحيح، وهذا مايوضحه الجدول التالي (جدول11):

**جدول(11) : مقارنة بين مستويات المعيشة والانفاق السياحي الدولي**

| الدولة | ترتيب مستوى المعيشة "2011" | ترتيب الانفاق السياحي الدولي"2011" |
|---|---|---|
| أمريكا | 1 | 2 |
| فرنسا | 4 | 5 |
| ألمانيا | 7 | 1 |
| بريطانيا | 9 | 4 |
| اليابان | 10 | 9 |

**Sources:**

**-UWTO،Tourism Highlights،2012 Edition،P13.**

**-International Living، Magazine،2011.**

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:

### تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** في الغالب شرائح من المستهلكين ينتمون للطبقات العليا خاصة في العالم المتقدم" كما توضح بيانات جدول10"، والطبقات المتوسطة " خاصة في العالم الأقل تقدما".

2- **المنتج السياحي:** السيطرة المتزايدة للتكنولوجيا على حياة البشر تعزز الاتجاه الخاص بالخروج للاسترخاء، فالغابات المطيرة،المناطق البرية، المحيطات وباقي الأقاليم الغير ملوثة سوف توفر فرص فريدة وضرورية للهروب من لوحة الحاسوب والهاتف النقال(1).

3- **مصادر المعلومات:** من المتوقع أن يتزايد استخدام شرائح السائحين المختلفة "خاصة فئة الشباب" لتكنولوجيا المعلومات IT للحصول على التجارب السياحية المختلفة.

4- **تجربة الاقامة:** مع ارتفاع مستويات المعيشة في العالم المتقدم وتطورها في عدة دول نامية، فمن المتوقع أن يتزايد الطلب على منشأت الاقامة الأكثر تطورا والتي تقدم تسهيلات خدمات أكبر.

5- **وسائل النقل المستخدمة:** سوف يتزايد استخدام وسائل النقل التي تقدم أكبر قدرممكن من الراحة والتسهيلات التكنولوجية المختلفة " مثال: القطارات– الطائرات– السفن المجهزة".

(1) William F.Theobald،Global Tourism،Third Edition،Elsevier،2005،P541.

6- **تكرار التجربة السياحية:** مع زيادة تقسيم التفضيلات والرغبات المختلفة، والتوسع في استخدام التكنولوجيا، قد لا يكون هناك ميل كبير لتكرار التجربة السياحية والاتجاه إلى تجارب سياحية جديدة.

**ثانيا: تأثيرات كمية:**

1- **تطور أعداد السائحين:** زيادة أعداد السائحين وبصفة خاصة تلك الشرائح المنتمية للطبقات العليا في الدول المتقدمة "جدول10" وتلك الطبقات المتوسطة في العالم الأقل تقدما.

2- **مستويات الانفاق:** يتميز بارتفاعه بين مستهلكي الأسواق المتقدمة، مع تميز مستهلكي الأسواق الاقتصادية الواعدة " مثل الصين والبرازيل" بمستويات انفاق أعلى من السابق.

3- **زمن الرحلة السياحية:** سوف يمتد زمن الرحلة السياحية ليشمل أوقات أكبر مع ارتفاع مستويات المعيشة وزيادة التقسيمات والرغبات المختلفة.

## سادساً: تغيرات مستوى الدخل Income Level Changes:

من الطبيعي هنا أن يرتبط مستوى الدخل بحجم الثروات الشخصية وبمستوى الأجور والمرتبات ، ومعنى ذلك أن أصحاب الدخول المرتفعة والمرتبات الكبيرة هم أقدر الأشخاص على استغلال أوقات فراغهم وإجازاتهم في الترويح والسياحة سواء داخل أوطانهم أوخارجها، إلا أنه لا يمنع أن بعض أصحاب الدخول المتوسطة والمنخفضة يشاركون أحيانا وبنسب متفاوتة في ظاهرة السياحة والترويح بما يدخرونه من مرتباتهم وأجورهم لينفقونها في أنشطة السياحة خلال إجازاتهم السنوية[1].

ووفقاً لأحد التقارير العالمية الحديثة، فإن الثروات الخاصة نمت في عام 2012 بنسبة 7.8% **وزاد عدد المليونيرات في العالم إلى 13.8 مليون شخص**. وفي ظل الزيادة في الثروات الخاصة بنسبة 7.8% ، وصل مجموع تلك الثروات إلى 135.5 تريليون دولارعام 2012، وزادت الثروات الخاصة في أمريكا الشمالية بنفس المعدل بنسبة 7.8%، بينما كانت النسبة في غرب أوربا 5.2% وارتفعت في اليابان بنسبة 2.4%[2].

(1) فريال بنت محمد الهاجري، مستوى الدخل كأحد المقومات البشرية للسياحة، ورقة بحثية، مركز بحوث ودراسات مجلة المدينة المنورة، ص2، 2003.

(2) تقرير مجموعة بوسطن الاستشارية ،أمريكا ،2013.

وتشير الدراسات إلى قوة الارتباط الطردي بين متوسط الدخل الحقيقي للفرد في بعض البلدان والنشاط السياحي، ،فكلما ارتفع متوسط دخل الفرد الحقيقي كلما زاد الانفاق على النشاط السياحي بصفة عامة والدولى بصفة خاصة. ولذلك نجد أن أهم الدول المنشئة للسياحة هي مجموعة الدول المتقدمة اقتصاديا والتي تتصف بأنها ذات دخل مرتفع مثل ألمانيا وبلدان شمال غرب أوربا والولايات المتحدة الأمريكية واليابان[1]. هذا، ولقد شهدت مستويات الدخول العالمية ارتفاعاً ملحوظاً في العقود الأخيرة نتيجة لارتفاع معدلات النمو الاقتصادي المرتبط بزيادة العمل والانتاجية خاصة في الدول الصناعية المتقدمة وكنتيجة طبيعية لحالة الثراء الكبيرة مع قلة عدد السكان التي تتمتع بها بعض دول العالم خاصة تلك الخليجية، ويوضح الجدول التالي (جدول12) ترتيب أفضل عشر دول من حيث مستوى الدخل الشخصي عام 2011 وفقاً لتقديرات صندوق النقد الدولي:

**جدول(12): أفضل عشر دول في مستوى الدخل الشخصي العالمي(2011)**

| الترتيب | الدولة | دولار أمريكي |
|---|---|---|
| 1 | لوكسمبورج | 113.533 |
| 2 | قطر | 98.329 |
| 3 | النرويج | 97.255 |
| 4 | سويسرا | 81.161 |
| 5 | الإمارات | 67.008 |
| 6 | أستراليا | 65.477 |
| 7 | الدنمارك | 59.928 |
| 8 | السويد | 56.956 |
| 9 | كندا | 50.436 |
| 10 | هولندا | 50.355 |

**Source: International Monetary Fund(2010-2011)**

وبمقارنة الجدول السابق بجدول الانفاق السياحي الدولي الخارجي نجد خروج جميع الدول المتصدرة لهذا الانفاق من قائمة أفضل عشرة دول في العالم في مستوى الدخل الشخصي، حيث أنه وفقا لهذا التصنيف السابق الخاص بصندوق النقد الدولي(2011) تأتي دول من ضمن أفضل

(1) جليلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة"مرجع سابق"، ص55.

عشر دول في الانفاق السياحي الدولي بمستويات دخل أقل من الدول المتصدرة لمستويات الدخل الشخصي: **الولايات المتحدة الأمريكية رابعة عشر "48.387 دولار"** ، **فرنسا سادسة عشر "47.513 دولار"** ،**ألمانيا في الترتيب العشرين "43.742دولار"**، وفي ذلك اشارة إلى أن أصحاب الدخول المتصدرة ليس لديهم هيمنة على الاشتراك داخل النشاط السياحي، بل قد تأتي تلك الهيمنة من أصحاب الدخول الأقل، وأن مستوى الدخل لايمثل العامل الوحيد لنمو وتطور الطلب السياحي العالمي.

**جدول(13): مقارنة الدخل الشخصي العالمي لخمس دول بترتيب الانفاق السياحي الدولي(2011)**

| الدولة | ترتيب مستوى الدخل | ترتيب الانفاق السياحي الدولي |
|---|---|---|
| ألمانيا | 20 | 1 |
| أمريكا | 14 | 2 |
| الصين | 88 | 3 |
| بريطانيا | 22 | 4 |
| فرنسا | 16 | 5 |

**Sources:**
**-UWTO،Tourism Highlights،2012 Edition،P13**
**-International Monetary Fund،(2010-2011)**

يوضح جدول 13 أعلاه حقيقة أن مستويات الدخل ،على الرغم من أهميتها للاشتراك في النشاط السياحي، لاتشكل منفردة العامل الأكثر أهمية في عملية الطلب السياحي الدولي. حيث أن الدول التي تتصدر الانفاق السياحي الدولي "كما هو موضح أعلاه" لاتتصدر قائمة مستويات الدخل الشخصية العالمية.

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:

### تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** شرائح من المستهلكين من الطبقات المرفهة اقتصاديا" خاصة العالم المتقدم" والطبقات المتوسطة " خاصة العالم النامي الأكثر تقدما"
2- **المنتج السياحي:** سوف يتزايد الطلب المتعلق بالحصول على تلك المنتجات الفخمة **Luxury** والمنتجات المرتبطة بتوفير تسهيلات ترفيهية ملائمة بشكل أكبر من السابق "**مثال: رحلات ترفيهية خاصة**"، مع تناقص ملحوظ للطلب الخاص بالرحلات السياحية الشاملة.

3- **مصادر المعلومات:** سوف يتزايد الاهتمام "كنتيجة للرفاهية المادية" بالبحث من خلال وسائل الاتصالات التكنولوجية المختلفة على مصادر المعلومات التي تتعلق بتقديم منتجات سياحية ذات طبيعة خاصة " مثال: سياحة المغامرات".

4- **تجربة الاقامة:** سوف يزداد الطلب من جانب الطبقات المرفهة اقتصاديا على وسائل الاقامة ذات التسهيلات والخدمات الأفضل.

5- **وسائل النقل المستخدمة:** سوف يحدث تناقص ملحوظ في استخدام وسائل النقل الاقتصادية مع قلة التركيز على عامل تسعيرة الخدمات السياحية في اختيار هذه الوسائل.

6- **تكرار التجربة السياحية:** قد لا يكون هناك ميل كبير "مع زيادة الرفاهية الاقتصادية بين مستهلكي الأسواق المتقدمة والناشئة اقتصاديا" في تكرار التجربة السياحية والبحث باستمرار على تجارب سياحية أخرى متنوعة وفريدة.

**ثانيا: تغيرات كمية:**

1- **تطور أعداد السائحين:** تزايد أعداد السائحين المنتمين للطبقات الاقتصادية المرفهة "العالم المتقدم" وتلك الطبقات المتوسطة "العالم الأقل تقدما".

2- **مستويات الانفاق:** سوف تتميز بارتفاعها الكبير خاصة بين مستهلكي الأسواق المتقدمة وارتفاعها النسبي"غالبا" بين مستهلكي أسواق الدول النامية.

3- **زمن الرحلة السياحية:** مع زيادة مستويات الدخل العالمية في دول العالم المختلفة، فإن زمن الرحلة السياحية سوف يأخذ في التزايد بين الشرائح والطبقات المختلفة على مستوى العالم.

## سابعاً: تغيرات معدلات الخصوبة Fertility Rates Changes:

وفقا لما أوردته الأمم المتحدة (United Nation ، 2009)، فإن معدل الخصوبة الكلية"TFR "Total Fertility Rates – أي متوسط الأطفال التي تلدهم كل إمرأة في حالة بقاء معدلات الخصوبة بدون تغير خلال حياتها– **يكون 2.56 طفل لكل إمرأة خلال الفترة مابين 2005–2010 على المستوى العالمي**. وهذا المعدل يخفي تلك الاختلافات الموجودة في معدلات الخصوبة بين الدول. وفي الفترة مابين 2005–2010 سجلت **76 دولة** ومنطقة (45 منها تنتمي للمناطق الأكثر نموا) **معدلات خصوبة أقل من 2.1 طفل لكل إمرأة** ، بينما سجلت **120 دولة** ومنطقة (جميعها تقع ضمن الأقاليم الأقل نموا) معدلات خصوبة كلية "عند أو أعلى" من **2.1**

**طفل لكل إمرأة**. في عام 1950 ، **نسبة 0.4%** فقط من سكان العالم كانت تتمتع بمعدل خصوبة أقل من 2.1، ومع عام 2009 زادت هذه النسبة إلى **46.7%**[1].

**جدول (14): عدد الدول بمعدل خصوبة أقل من (2.1) في سنوات مختلفة**

| السنة | عدد الدول |
|---|---|
| **1950** | **5** |
| **1970** | **18** |
| **1990** | **53** |
| **2010** | **77** |

**Source: UNWTO(2009)**

وفي البلدان الأكثر نموا ، يقارب متوسط معدل الخصوبة **1.7 مولود**، وهو معدل دون مستوى الإحلال البالغ **2.1 مولود**، وفي أقل البلدان نموا يبلغ المعدل حوالي **4.2 مولود**، حيث يصل هذا المعدل في جزء كبير في أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى إلى **5.1 مولود**. غير أن معدلات الخصوبة مافتأت تنخفض تدريجيا في جميع أنحاء العالم منذ منتصف القرن الماضي، ولكل منطقة– بل ولكل بلد– مجموعة فريدة من الظروف التي تؤثر في عدد الأطفال الذين تنجبهم المرأة الواحدة. وبحسب ماذكرته مديرة شعبة السكان التابعة لإدارة الأمم المتحدة للشؤون الاقتصادية والاجتماعية، فإن الشواهد تشير إلى أن الانخفاض في معدلات الخصوبة قد أدى حتى الأن إلى تسارع وتيرة النمو الاقتصادي وعمل على الحد من الفقر[2].

**جدول(15): معدلات الخصوبة الكلية للمرأة حتى 2008**

| | معدلات الخصوبة الكلية في العالم | | |
|---|---|---|---|
| **السنة** | **العالم** | **الدول المتقدمة** | **الدول الأقل تقدم** |
| **1950** | **5.00** | **2.80** | **6.20** |
| **2008** | **2.56** | **1.64** | **2.73** |

**Source: United Nation World Population (2009).**

(1) Ian Yeoman، Cathy H. C. Hsu،Karen A.Smith and Sandra Waston، Tourism and Demography،OP،Cit،P5.

(2) تقرير حالة سكان العالم 2011، مرجع سابق، ص43.

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:

### أولا: تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** شرائح من المستهلكين من الأسر ذات الأحجام الأصغر "خاصة في العالم المتقدم" والأحجام الأكبر " خاصة داخل العالم الأقل تقدما".

2- **المنتج السياحي:** رحلات ذات أنشطة سياحية متنوعة ذات قدر أكبر من الاستقلالية للأسر ذات الأحجام الأصغر، خروج الأجداد مع الأحفاد "خاصة في العالم المتقدم" للقيام بأنشطة سياحية مختلفة.

3- **مصادر المعلومات:** سوف تتميز بتنوعها الكبير مع تنوع أحجام وأشكال الأسرة في مختلف أنحاء العالم وتنوع الرغبات التعليمية والثقافية والأوضاع الاقتصادية " وسيلة الإنترنت- الصحف- المجلات- الدعايات- الأصدقاء والأقارب..الخ"

4- **تجربة الاقامة:** أيضا تتميز بتنوعها الكبير من: فنادق- معسكرات إجازة- الاقامة عند الأصدقاء والأقارب..الخ.

5- **وسائل النقل المستخدمة:** الأسر ذات الأحجام الأصغر سوف تميل إلى استخدام وسيلة السيارات أو الحافلات الصغيرة، بينما تلك ذات الأحجام الأكبر تميل لاستخدام الحافلات الكبيرة أو القطارات أو الطائرات "خاصة في حالة تباعد المسافات".

6- **تكرار التجربة السياحية:** قد يكون هناك رغبة أكبر في تكرار الرحلات السياحية من جانب الأسر المختلفة، خاصة تلك الرحلات التي تتضمن وجود تسهيلات ترفيهية أكبر.

### ثانيا: تأثيرات كمية:

1- **تطور أعداد السائحين:** زيادة أعداد السائحين من الأسر ذات الأحجام الصغيرة في الدول المتقدمة وتلك ذات الأحجام الأكبر في الدول الأقل تقدما "كما تشير بيانات جدول15".

2- **مستويات الانفاق:** تناقص معدلات الخصوبة في العالم المتقدم سوف يعني تنامي قوة الانفاق والاشتراك في الرحلات السياحية المختلفة.

3- **زمن الرحلة السياحية:** مع اتجاه الأسر باختلاف أحجامها لرحلات السياحة الترفيهية المختلفة مع تزايد مستويات الانفاق" خاصة بين الأسر الأقل أحجاما في العالم المتقدم" فإن زمن الرحلة السياحية سوف يأخذ في التزايد.

## ثامناً: تغيرات المستوى التعليمي والثقافي

## Educational &Cultural Level Changes :

من أهم المؤشرات التي يعتد بها لقياس مدى تقدم التعليم في أي دولة أو منطقة هو أعداد الأطفال الغير ملتحقين بالمدارس " التعليم الابتدائي" ، وعالميا، في الفترة من عام 1999إلى عام 2008 انخفض عدد الأطفال غير الملتحقين بالمدارس والذي هم في سن الالتحاق بالتعليم الابتدائي **بمقدار39 مليون طفل.** كما يشير الاتجاه الملحوظ في الأمد الأطول أن عدد السكان غير الملتحقين بالتعليم سينخفض **ليبلغ 29 مليون نسمة في عام 2015.** وفيما يتعلق بالتعليم العالي، فهو يتزايد انتشارا في شتى أنحاء العالم ، إذ التحق به **في عام 2008 مايزيد بمقدار 65 مليون طالب على عدد الذين التحقوا به في عام 1999،** وقد حدث قسم كبير من هذه الزيادة في منطقة شرق أسيا والمحيط الهادي حيث زاد عدد الملتحقين في الصين وحدها بأكثر من 20 مليون نسمة. أما في البلدان الأفقر ، فقد كانت الزيادة أقل من ذلك، ولم تسجل أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى، ولامنطقة جنوب وغرب أسيا، خلال العقد زيادات هامة في نسب القيد الاجمالية في هذا المستوى التعليمي.

وفي عام 2008، قارب عدد الأميين الراشدين في العالم على **796 مليون نسمة، أي نحو 17% من مجموع سكان العالم** ، وشكلت النساء قرابة ثلثي هذا العدد الاجمالي، أما أفريقيا جنوب الصحراء الكبرى وجنوب أسيا وغربها، فتستأثران بنحو **73% من مجموع الأميين الراشدين في العالم**(1).

**جدول(16) عدد الأميين الراشدين في العالم" بالمليون"-2005-2008**

| الأميون الراشدون | العالم | أفريقيا- جنوب الصحراء الكبرى | الدول العربية | أسيا الوسطى | شرق أسيا والمحيط الهادي | جنوب أسيا وغربها | أمريكا اللاتينية/الكاريبي | أمريكا الشمالية/ أوربا الغربية | أوربا الوسطى والشرقية |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العدد | 795 | 167 | 60 | 362 "ألف" | 105 | 412 | 36 | 6 | 7 |

***الأرقام تقريبية في الفترة :2005-2008**

**المصدر : الجدول الاحصائي- قاعدة بيانات معهد اليونسكو للاحصاء "2008".**

(1) التقرير العالمي لرصد التعليم للجميع،2011، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة، ص ص:41-57-65.

ولانخفاض معدلات الأمية دلالات هامة خاصة بارتفاع المستويات التعليمية والثقافية والاستفادة من فرص العمل المختلفة وزيادة مستويات الدخول الشخصية، وبالتالي خلق عملية الطلب على السفر والسياحة، وذلك مانلاحظه من تنامي أعداد الوافدين بشكل أكبر من تلك المناطق والأقاليم العالمية التي تتميز بانخفاض معدلات الأمية فيها، ويدلل على ذلك الجدول التالي (جدول17) عند مقارنة أعداد الوصول السياحي الدولي بأعداد الأميين في العالم ( تحديدا أوربا والأمريكيتين وأفريقيا) في جدول 16:

**جدول(17) مصادر السياحة الدولية الوافدة حسب الجهة أو الإقليم 2011 – مقارنة مع أعداد الأميين**

| مصادر الوصول السياحى الدولي | العالم | أوربا | أسيا والمحيط الهادي | الأمريكتين | الشرق الأوسط | أفريقيا | جهة غير محددة | نفس الإقليم | أقاليم أخرى |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| العدد "مليون" 2011 | 983 | 516.6 | 215.3 | 162.0 | 36.0 | 29.3 | 24.0 | 738.9 "ألف" | 193.0 "ألف" |
| أعداد الأميين "مليون" 2008 | 795 | 13 "مع أمريكا الشمالية" | — | 42"مع أوربا الغربية والكاريبي | — | 167 | — | — | — |

**Sources:**

**-UNWTO، Tourism Highlights،2012،P13**

**– التقرير العالمي لرصد التعليم للجميع،2011،مرجع سابق، ص ص :41-57-65**

ومن جدول (17) نلاحظ مدى تنامي الحركة السياحية الدولية من تلك الجهات التي تتميز بانخفاض معدلات الأمية فيها "أوربا وأمريكا الشمالية مع اللاتينية"، في نفس الوقت الذي نلاحظ فيه مدى ضعف هذا الوصول من جهات تتميز بارتفاع معدلات الأمية فيها "أفريقيا".

ونظرا لارتباط التعليم الوثيق بمسألة الثقافة، وكنتيجة طبيعية لزيادة أعداد الملتحقين بالمدارس والتعليم العالي وانخفاض معدلات الأمية، فقد أثر ذلك بالإيجاب على ارتفاع المستويات الثقافية في العالم، ساعد على ذلك أيضا حدوث ثورة هائلة في مجال تقنيات المعلومات والتكنولوجيا وتقدم وسائل الإعلام والاتصالات بشكل غير مسبوق خلال العقود القليلة الماضية. السياحة أيضا تشارك في ذلك التغير الثقافي العالمي ، خاصة بعد ماهو معروف من الزيادة الهائلة في أعداد السائحين في العالم في السنوات الأخيرة ( **1035 مليون سائح عام 2012)**[1] ،

(1) تقرير منظمة السياحة العالمية 2013.

ومما هو جدير بالذكر أن الاتصال الثقافي الذي يحدث بين السائحين والسكان المحليين أو المجتمعات المستقبلة للسائحين له أثر كبير للغاية في التأثير والتأثر بين طرفي عملية الاتصال فعندما نتناول نظرية التبادل الثقافي يحدث اتصال بين ثقافتين تصبح كل منهما مثل الأخرى وذلك من خلال عملية الاستعارة(1). وثمة استفادة أخرى من السياحة تكمن في أن فرص العمل والدخول التي تخلقها السياحة **تساهم في زيادة فرص التثقيف والتعليم المختلفة التي يحصل عليها الشخص،** فضلا عن الانتقال للمدن والتحول من حياة الريف والزراعة، وبالتالي تدعيم فرص التبادل الثقافي المختلفة والتي زادت في الآونة الأخيرة نتيجة لانتشار السياحة الكبير على مستوى العالم.

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:

### تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** شرائح مستهلكين من الطبقات المتعلمة والمثقفة ومن الفئات الطلابية ذات الفضول العلمي الكبير، والمهتمين بمسألة التطوير الذاتي**Self-Improvement** كجزء من التجربة السياحية لتجربة كل ماهو جديد وغير معتاد.

2- **المنتج السياحي:** طلب الإجازات التي تتميز ببروز العناصر الفنية والثقافية والتاريخية وتلك الإجازات التي تغطي تلك الجوانب العلمية والثقافية بشكل عام **(مثال: زيارة مكاتب علمية ومتاحف فنية).**

3- **مصادر المعلومات:** نتيجة لتطور المستويات العلمية والثقافية" خاصة في العالمين المتقدم والأقل تقدما"، فسوف يتزايد الاعتماد على الصحف والمطبوعات المختلفة ووسائل الاتصالات الإلكترونية في الحصول على المعلومات المتعلقة بالتجارب السياحية المختلفة.

4- **تجربة الاقامة:** سوف يكون هناك تنوع كبير في اختيار وسائل الاقامة المختلفة بسبب تنوع الشرائح المتعلمة والمثقفة " طلاب- اكاديميين- موظفين ...الخ"، وسوف تتنوع هذه الوسائل تبعا لغرض الرحلة السياحية ومدتها.

5- **وسائل النقل المستخدمة:** من المرجح هنا أن يتم اختيار وسائل النقل الاقتصادية بسبب وجود شريحة هامة من المستهلكين تنتمي للطلاب وبسبب طول مدة الرحلات السياحية التعليمية "في الغالب"، مما قد يدفع الاتجاه نحو طلب وسائل نقل اقتصادية من خلال الرحلات السياحية الشاملة..

---

(1) هالة عبد الرحمن الرفاعي،التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي "دراسة في أنثروبولوجيا السياحة"، الملتقى المصري للإبداع والتنمية ، ط2،الإسكندرية 1998، ص235.

6- **تكرار التجربة السياحية:**قد يكون هناك ميل كبير لتكرار التجربة السياحية "خاصة بين الطلاب والمتعلمين" مع زيادة الفضول والطموح العلمي والتواجد في مواقع معينة لطلب العلم لفترات طويلة " طلاب المنح الدراسية".

**ثانيا: تأثيرات كمية:**

1- **تطور أعداد السائحين:** زيادة أعداد السائحين المنتمين للطبقات التعليمية والثقافية المرتفعة من فئات الطلاب والباحثين المنتشرين حول العالم بسبب ارتفاع المستويات التعليمية وانخفاض أعداد الأميين عالميا " بيانات جدول 16".
2- **مستويات الانفاق:** تتميز باعتدالها "خاصة بين شرائح الطلاب والموظفين" نظرا للتركيز في الغالب على طلب المنتجات ذات الطابع الثقافي والعلمي دون تلك المنتجات الترفيهية.
3- **زمن الرحلة السياحية:** سوف يتميز بانخفاضه النسبي مقارنة بأنواع السفر الترفيهي غالبا بسبب عدم التوسع الكبير أثناء السفر التعليمي والثقافي ومحدودية انفاق الرحلة.

## تاسعاً: تغيرات المستوى الصحي Health Level Changes:

مستوى الصحة في العالم في تحسن وتطور مستمر كما تشير بذلك احصاءات منظمة الصحة العالمية، كما أن مستوى الوعي الصحي في تزايد مستمر ،فقالت منظمة الصحة العالمية أن نسب وفيات الأطفال تراجعت عبر أنحاء العالم خلال العقد الاول من القرن الحالي بواقع ضعف معدلات انخفاضها في التسعينيات مرجعة ذلك لارتفاع الانفاق على الرعاية الصحية، ووفقا لبيانات جديدة صدرت عن اليونيسف ومنظمة الصحة العالمية والبنك الدولي وشعبة الأمم المتحدة للسكان، فقد تم تسريع وتيرة الحد من وفيات الأطفال بشكل حاد منذ عام 2000. وقد أوضح التقرير السنوي الصادر عن المجموعة المشتركة بين الوكالات لتقدير معدل وفيات الأطفال والتابعة للأمم المتحدة أنه في عام 2011 **توفي ما يقدر بنحو 6.9 مليون طفل قبل بلوغ سن الخامسة، بالمقارنة مع حوالي 12 مليون طفل في عام 1990**، وقالت المنظمة أنه تم تسجيل معدل انخفاض مشابه مثير للاعجاب في عدد السيدات اللائي يتوفين من مضاعفات الحمل أو الولادة **( من 540 ألف حالة وفاة عام 1990 إلى 290ألف عام 2010)** وزيادة في معدل متوسط العمر المتوقع الى 68 عاما في عام 2009 عن 64 عاما في عام 1990[1] .

(1) تقرير منظمة الصحة العالمية،2011.

**جدول(18) معدل الوفيات "لكل ألف رضيع" في بعض دول العالم –2012**

| الدولة | معدل وفاة " لكل 1000 رضيع" –2012 | الترتيب |
|---|---|---|
| أنجولا | 81.75 | 8 |
| نيجيريا | 72.97 | 15 |
| الهند | 44.60 | 50 |
| جنوب أفريقيا | 42.15 | 52 |
| العراق | 38.86 | 62 |
| مصر | 23.30 | 80 |
| تركيا | 22.23 | 84 |
| ليبيا | 12.26 | 128 |
| إيطاليا | 3.33 | 216 |
| اليابان | 2.17 | 223 |

**Source:https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2091rank.html,on:4-10-2013.**

ويتحدد مدى وجودة الخدمات الصحية بشكل كبير وفقا للمال المتاح المنفق على تحسين المستوى الصحي في كل دولة، وذلك يتحدد بدوره بمستوى ثراء الدولة والحصة التي تخصصها من الميزانية القومية للخدمات الصحية والأموال التي تحصل عليها من التمويل الخارجي. وقد تضاعفت كمية المال المنفق على الصحة في العالم بشكل مذهل، فتراوح حجم المصروفات الصحية ، بكافة أشكالها العامة والخاصة والخارجية، **بين 11دولار للفرد سنويا في أرتيريا إلى 8262 دولار للفرد في لوكسمبورج**. ومتوسط المصروفات الصحية للفرد تراوح بين **25دولار أمريكي في الدول منخفضة الدخل إلى 4692 دولار أمريكي في الدول مرتفعة الدخل**. وفي عام 2009 أنفقت 29 دولة"فقط" أقل من ذلك المعدل المقترح الموصى به لتأكيد حصول البشر على الخدمات الصحية الأساسية " **44 دولار أمريكي في المتوسط**"[1].

(1) World Health Statistics، A Snapshot of Global Health "Report"، World Health Organization، 2012.

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:

### أولا: تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** شرائح مختلفة من السائحين والمتمتعين بحالات صحية ممتازة من ناحية، وشرائح أخرى تحتاج إلى الحصول على الاستشفاء أو العلاج في مقاصد سياحية مختلفة من ناحية أخرى.

2- **المنتج السياحي:** سوف يتزايد الطلب المتعلق بالحصول على الإجازات ذات الأنشطة الكبيرة، وإجازات الحصول على الراحة الطبية والاستشفاء أو العلاج، وسوف يتم اجتناب المقاصد السياحية التي ترتبط صورتها بعدم ارتفاع مستوى الجانب الصحي فيها، والاقبال على منتجات الرفاهية الصحية والرحلات ذات المدد الزمنية الأطول والمسافات الأكبر.

3- **مصادر المعلومات:** سوف يكون هناك تنوع كبير " مع التمتع بمستويات صحية جيدة مصحوبا بارتفاع مستويات الدخول وتطور التكنولوجيا" في الحصول على المعلومات السياحية من مصادر متعددة "إنترنت- صحف ومجلات- وكالات سياحية...الخ".

4- **تجربة الاقامة:** سوف يتم اجتناب وسائل الاقامة الغير صحية والتي لاتتميز بوجود تسهيلات صحية كبيرة.

5- **وسائل النقل المستخدمة:** سوف يتم التركيز على اختيار وسائل النقل التي تتميز بوجود تصميمات وتسهيلات مناسبة " مثال: القطارات المريحة- الحافلات المجهزة والمكيفة" خاصة من جانب أولئك الخارجين للحصول على العلاج.

6- **تكرار التجربة السياحية:** قد يكون هناك ميل أكبر لتكرار الرحلات السياحية المتعلقة بالحصول على العلاج سواء داخل نفس المقصد، أو في مقاصد أخرى.

### ثانيا: تأثيرات كمية:

1- **تطور أعداد السائحين:** زيادة أعداد السائحين المتمتعين بحالات صحية ممتازة وبمستويات جيدة من التأمين الصحي ومتوسط المصروفات الصحية خاصة في الدول المرتفعة الدخل.

2- **مستويات الانفاق:** تتميز بارتفاعها النسبي في حالة الرحلات الخاصة بالحصول على العلاج وانخفاضها النسبي في رحلات الاستشفاء والرحلات الجماعية.

3- **زمن الرحلة السياحية:** سوف تتميز رحلات الحصول على العلاج بطول مدتها، بينما تنخفض المدة المتعلقة برحلات العلاج الطبيعي والاستشفاء.

## **عاشراً: تغيرات الهجرة Migration Changes:**

تقترن حركة الهجرة مع السياحة وتتشابه معها من حيث المبادئ المكونة لها. والتفسير الشخصي هنا يحمل تصور بوجود قوة محركة رئيسية تتولد من الرغبة لتغيير البيئة الاجتماعية والطبيعية المعتادة، لمدة قصيرة على الأقل ، لبعض الوقت أو لكل الوقت. **ولكن تلك الروابط النفسية والأسرية والثقافية والاقتصادية سوف تستمر مع ذلك المكان الخاص بالمنشأ الأصلي.** وبينما يتعلق السفر لغرض السياحة بشكل أساسي **بالبحث عن تجارب جديدة** في مكان ما من خلال استهلاك السلع والخدمات من ذلك الدخل المتولد ، فإن الهجرة تتعلق **بالبحث عن مصادر كسب أخرى،** على سبيل المثال: تأسيس منزل جديد جنبا إلى جنب مع إيجاد فرص عمل أو تجارب مهنية وتطوير العمل الحالي، أو الوصول إلى أهداف حياتية لايستطيع الشخص المعنى تحقيقها في بلد المنشأ الأصلي، والتي سوف تتطلب وجود أساس اقتصادي في ذلك البلد المختار الهجرة إليه. علاوة على ذلك، فإن الهجرة لاتتعلق فقط بالسفر من تلك البلدان ذات الدخول الشخصية القصوى، ولكن أيضا من تلك الدول التي لا تتوفر فيها محفزات داخلية أو خارجية للتنمية الاقتصادية بحيث تتولد الهجرات الاقتصادية هنا كسبب رئيسي لعامل الفقر، بحيث أن الحصول على مستوى معيشة عالي وتوقع الحصول على أجور أعلى، يعتبر أحد أهم المحفزات الرئيسية للهجرة من الدول ذات الدخول المنخفضة إلى تلك ذات الدخول المتوسطة والعالية. وتتشابه الهجرة مع السياحة من ناحية وجود المحفز الاقتصادي سواء كان ذلك متعلق بكسب الأموال"**الهجرة**" أو انفاقه "**السياحة**"[(1)].

والهجرة تعتبر ظاهرة محيطة بأغلب التاريخ البشري، ولكن يبدو أنها قد أخذت في التسارع نوعا ما في الأربعين سنة الأخيرة كنتيجة لتطور النمو السكاني، وهناك بعض الأقاليم على وجه الخصوص قد تأثرت من هذه الحركة، وهي تشمل الولايات المتحدة الأمريكية، الشرق الأوسط وأوربا. وأجزاء كبيرة من هذه الهجرات تترك تأثيرا على السياحة بسبب انتقال البشر للعمل في صناعة السياحة أو وجود أصدقاء وأقارب في دول أخرى بشكل يقتضى عمل زيارات لهم (سياحة زيارة الأصدقاء والأقارب) **(VFR) Visiting Friends and Relatives**، أو مايطلق عليه " سفر الحنين المرتبط بالجذور" **nostalgic "visiting roots" travel**.

(1) Tourism and Migration،Exploring the Relationship between Two Global Phenomena،World Tourism Organization،Madrid،Spain،First Printing،2009،PP:2-3.

**جدول(19): حركة الهجرة الدولية (2010)**

| السكان المهاجرون الدوليون-2010 | |
|---|---|
| أوربا | 69.8 مليون |
| أسيا | 61.3 مليون |
| أمريكا الشمالية | 50.0مليون |
| أفريقيا | 19.3مليون |
| أمريكا اللاتينية | 7.5مليون |
| أوقيانوسيا | 6.0 مليون |

**المصدر: شعبة السكان في إدارة الأمم المتحدة للشؤون الاقتصادية والاجتماعية (2011)**

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي:

### أولا: تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** شرائح من المستهلكين تنتمي بشكل رئيسي إلى تلك الطبقات المهاجرة عبر الحدود الدولية وتتجه للاستقرار في أوطان أخرى غير أوطانها الأصلية.

2- **المنتج السياحي:** تنشيط الطلب السياحي المتعلق بزيارة الأصدقاء والأقارب وكذلك سياحة الحنين نحو الأسواق المصدرة لأولئك المهاجرين، وأيضا سياحة التسوق داخل الأوطان الأصلية.

3- **مصادر المعلومات:** لن يكون هناك أهمية كبيرة لهذه المصادر باعتبار أن هذه الأسواق السياحية المصدرة للمهاجرين تكون مألوفة لهم، ومن المرجح أن يكون المصدر الرئيسي لهذه المعلومات هم الأصدقاء والأقارب في الموطن الأصلي، وإذا إرتبط الأمر بزيارة مقاصد سياحية أخرى، تتنوع مصادر المعلومات "وكالات سياحية- صحف- مجلات...الخ".

**4- تجربة الاقامة:** سوف يتم التركيز هنا على تلك الخدمات والتسهيلات الغير متعلقة بالاقامة، على اعتبار أن سائحي زيارة الأصدقاء والأقارب في حالات عديدة يلجأون إلى الاقامة الخاصة(1).

5- **وسائل النقل المستخدمة:** أغلب المهاجرين "خاصة ذوى الدخل البسيط" سوف يعتمدون على أنماط السفر قليل التكلفة مثل خطوط الطيران الاقتصادية أو سفر الحافلات.

**6- تكرار التجربة السياحية:** سوف يكون هناك ميل كبير لتكرار التجربة السياحة المتعلقة بزيارة الأوطان الأصلية بين الفترات الزمنية المختلفة.

**ثانيا: تأثيرات كمية:**

1- **تطور أعداد السائحين:** زيادة أعداد السائحين المنتمين إلى تلك الطبقات المهاجرة المستقرة في أوطان غير أوطانها خاصة داخل العالم المتقدم في أوربا وأمريكا الشمالية وأسيا " كما تشير بيانات جدول19".

2- **مستويات الانفاق:** لن تتميز بالارتفاع حيث سوف تتميز باعتدالها "خاصة مع سنوات الهجرة الأولى" سواء ماكان ذلك متعلق بزيارة الأوطان الأصلية أو مقاصد سياحية أخرى غير بعيدة.

3- **زمن الرحلة السياحية:** سوف تتميز مدة الرحلة السياحية بانخفاضها النسبي خاصة مع ميل المهاجرين" خاصة في بداية الهجرة" لعمل رحلات سياحية قصيرة فقط.

(1) Demographic Change and Tourism،Op، Cit،P61.

| السوق الرئيسي | المؤشرات الديموغرافية الرئيسية |
|---|---|
| العالم | ارتفاع متوسط العمر المتوقع ،النساء تسبق الرجال، انخفاض معدلات الخصوبة- ارتفاع عدد السكان من 5 إلى 8 بليون نسمة (1990-2030) |
| الأقاليم | |
| أوربا | انخفاض متسارع للخصوبة- تقادم أعمار السكان- تزايد مستويات الهجرة |
| أسيا | ارتفاع عدد السكان "خاصة في الهند والصين"- ارتفاع نسبي لمعدلات الخصوبة- زيادة معدلات التمدن. |
| أمريكا اللاتينية والكاريبي | انخفاض الخصوبة عن معدل الإحلال- ارتفاع تدريجي لأعمار السكان- استمرار ارتفاع متوسط العمر المتوقع. |
| أمريكا الشمالية: الولايات المتحدة وكندا | ارتفاع أعمار السكان- انخفاض معدلات الخصوبة ولكن مع وجود فروقات ملحوظة بين الولايات المتحدة وكندا وخاصة فيما يتعلق بمتوسط العمر المتوقع- معدلات هجرة عالية. |

**شكل(7): المؤشرات الديموغرافية الرئيسية في قارات العالم**

**Source: Demographic Change and Tourism،Op،Cit،P6.**

وعلينا أن نلاحظ مايلي بخصوص مسار عملية الطلب السياحي الدولي وفقا لمؤشرات شكل(7):

**العالم:** الاتجاهات الرئيسية المتمثلة في ارتفاع متوسط العمر المتوقع"خاصة بين النساء دون الرجال" وانخفاض معدلات الخصوبة وزيادة عدد سكان العالم سوف تقود إلى: تنامي نسبة الطلب السياحي الدولى في الوقت الحالي والمستقبل من حيث زيادة كثافة وحجم وتنوع هذا الطلب، زيادة الاقبال على منتجات السياحة المقدمة لكبار السن ولتلك الأسر الصغيرة الحجم "بصفة خاصة في العالم المتقدم". وكذلك زيادة اقبال النساء"كبار السن" على منتجات السياحة والسفر.

**أوربا:** الاتجاهات الرئيسية المتمثلة في انخفاض كبير للخصوبة وتقادم أعمار السكان وتزايد مستويات الهجرة سوف تؤدي إلى نفس النتائج السابقة اضافة إلى تزايد الاقبال على تلك الأنماط السياحية الخاصة بزيارة الأصدقاء والأقارب والتسوق وسياحة الحنين **Nostalgic Tourism** كنتيجة طبيعية لتزايد مستويات الهجرة في أوربا.

**أسيا:** أهم الاتجاهات الرئيسية هي زيادة أعداد السكان ومعدلات التمدن.وسوف تقود هذه الاتجاهات إلى زيادة كثافة وحجم وتنوع الطلب السياحي(خاصة مع النهوض الاقتصادي الكبير المتوقع للصين والهند) فضلا عن تنشيط ذلك النمط السياحي المتعلق بالسياحة الريفية **Rural Tourism**.

**أمريكا اللاتينية والكاريبي:** نفس الاتجاهات والنتائج المتعلقة بقارة أوربا.

**أمريكا الشمالية:** نفس الاتجاهات والنتائج أيضا المتعلقة بقارة أوربا.

## ثانيا: دور التغيرات الديموغرافية العالمية في ظهور أنماط سياحية جديدة

### مقدمة:

إن تلك التغيرات التي طرأت على خصائص وسلوك السائحين قد ساهمت "وستساهم" في اثراء السوق السياحي بأنواع وأنماط جديدة لم تكن معهودة في عهد السياحة القديم، ولعل ظهور هذه الأنماط يبدو نتيجة منطقية ويتزامن مع حركة التغيرات السريعة لخصائص أولئك السائحين التي أخذت في التغير بشكل كبير مع دخول صناعة السياحة عهدها الجديد بعد الحرب العالمية الثانية كما يتزامن مع تقدم وتطور أساليب وتقنيات التسويق السياحي والذي يقوم بتحديد رغبات واحتياجات فئات السائحين المختلفة بما يتناسب مع كل فئة على حدة، **وقد أثرت التغيرات الديموغرافية بدورها على طريقة تعامل جهاز التسويق السياحي مع السائحين من حيث الوقوف على تصنيفاتهم وفئاتهم المختلفة التي تتنوع وفقا لتصنيفاتهم الديموغرافية المختلفة.**

وهناك تغيرات جذرية أكثر أهمية تطرأ على فئة السائحين كمستهلكين، ففي الوقت الذي اعتبرت فيه أسواق السياحة في الصين من الأسواق الجديدة النشطة سواء على مستوى السياحة المحلية أو الخارجية، أدركت عدة دول صناعية أن السائحين الذين يأتون لزيارتها لديهم تطلعات عالية تزيد عما يتوفر لهم كمستهلكين، وأن أسواق السياحة في هذه الدول "**أسواق مكتملة النمو**" أي أنها أسواق قطعت مرحلة النمو وتواصل عملها بدون الكثير من الابتكار أو التغيير. وبناءا على ذلك يجب أن يتم اعادة النظر في بعض اتجاهات السائحين التي تؤثر على طريقة استخدامهم للأشياء كمستهلكين، وهذا ماقد **يشكل بدوره طبيعة الطلب السياحي وجودته في العقد الجديد**[1].

إن الخدمة التي يقوم بها المشروع السياحي خدمة جد مركبة، تحتوي على الأقل على سلسلة عمليات الاعلام والحجز والنقل وتهيئة الاقامة والتغذية والتزويد بالترفيه أو التثقيف أو العلاج،الأمر الذي استتبع، خاصة مع ارتفاع مستويات معيشة شرائح متزايدة العدد من السكان، اتساع رقعة البلاد الذي يمكن أن يتعامل معها المشروع السياحي **اتساعا تزداد دائرته بتنوع أنواع السياحة مع ظهور الجديد منها مع تطور الحياة الاجتماعية** وإزدياد التشابك بين المجتمعات بفضل الأشكال الجديدة لتدويل الانتاج[2].

---

(1) ستيفن بيج، إدارة السياحة، إدارة من شأنها أن تحدث فرقا، الترجمة باعتماد/ د .خالد العامري، الطبعة العربية الثانية 2008، دار الفاروق للاستثمارات الفندقية، ص ص: 138-139.

(2) دلال عبد الهادي، اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعة والنشر،الاسكندرية،2004، ص88.

وسوف نستعرض من خلال المبحث الحالي تلك العلاقة بين هذه التغيرات الديموغرافية المختلفة ( السكانية- الاقتصادية- الاجتماعية- الصحية- التعليمية والثقافية- الهجرة) والأنماط السياحية الجديدة المرتبطة بها.

## أولاً: التغيرات السكانية Population Changes:

تشمل هذه التغيرات كل ما له علاقة بتغير التكوين العام للسكان من حيث الحجم والنوع والتمركز ومعدلات الخصوبة ومتوسط العمر المتوقع وتركيبة الأسرة وأنماط العمل. وقد أثرت هذه المتغيرات"كما سبق ذكره" على شكل وتكوين الطلب السياحي نفسه، وبالتالي أدت إلى ظهور أنماط سياحية جديدة لم تكن معهودة من قبل وقد تؤدي إلى ظهور المزيد من هذه الأنماط. ويمكن أن نعدد أهم هذه التغيرات المرتبطة بتكوين السكان والأنماط السياحية الجديدة المرتبطة بها، وذلك على النحو الذي سوف يلي:

### 1- ارتفاع متوسط الأعمار Raising of Life Expectancy:

ارتفاع متوسط العمر المتوقع للسكان بسبب انخفاض معدلات وفيات الأطفال وتقدم مستويات الرعاية الصحية سوف يؤدي إلى تزايد أعداد كبار السن داخل السوق السياحي "خاصة من الدول المتقدمة الأوربية التي تتميز بشكل خاص بهذه الظاهرة" ويرتبط بهذه الظاهرة **نمط سياحي معروف** وهو سياحة الرحلات الشاملة ذات الأفواج الجماعية، إلا أنه قد ظهرت أنماط سياحية أخرى تندرج تحت قائمة أنواع السياحة الحديثة، ومن أمثلتها:

- **سياحة الاهتمامات الخاصة Special Interests Tourism** :

هناك من مسئولي القطاع السياحي من يعتقد بضرورة توفير منتج خاص مقدم وفقا للرغبة الشخصية **ad hoc** لكبار السن، ولكنهم يصطدموا بعد ذلك بأوضاع السوق. فهناك بعض الأشخاص لا يشعرون بأنهم كبار في السن ويرفضون اتباع هذه التقاليد الخاصة بكبار السن. وبالتالي يرغبون في اختيار أنواع من السفر فيها **حرية تفضيل أكبر** وتجنب تلك الأنواع التي تفرض عليهم عزلة. وبالتالي هنا، فليس من المستحب الوقوع في محاولة تكوين مجموعات من **الأشخاص المتشابهة في الصفات الشخصية**. ويعتقد البعض أن كبار السن يتميزون بمعدل انفاق منخفض بحيث أنهم يفضلون الخروج في فترات الكساد السياحي خاصة مع امتلاكهم لوقت فراغ كبير، ولكن ليس الأمر كذلك ، فكبار السن ( في الغالب) وخاصة أولئك في أواخر الستينيات،

لايفضلون ذلك النوع من السفر الجماعي الممل مع أشخاص أخرين من كبار السن، كما أنهم لايفضلون الخروج في مواسم الكساد السياحي[1].

وبالتالي هنا، فإن سياحة الاهتمامات الخاصة والتي تندرج تحت قائمة الأنماط السياحية الحديثة **ويطرأ عليها التحديث باستمرار**، سوف تصبح مطلبا هاما لكبار السن داخل السوق السياحي **نظرا لخبراتهم الكبيرة وما يتبعها من رغبات مستحدثة** في القيام بأنشطة غير مألوفة. وتشير سياحة الاهتمامات الخاصة إلى أولئك السائحين "عادة في أعداد فردية وصغيرة" والمسافرين لمعرفة وممارسة بعض الأنشطة الخاصة بمنطقة ما، وترتبط فكرة هذه الاهتمامات الخاصة بمهن وهوايات السائحين الطويلة المدى[2].

- **سياحة السيارات Automobile Tourism:**

تندرج سياحة السيارات تحت الأنماط السياحية الجديدة حيث تخضع لظروف ومتطلبات غير موجودة إلا في عدد قليل من الدول مثل الطرق السريعة التي تربط بين الدول وبعضها البعض ومدى توافر محطات الخدمة والصيانة ومراكز النجدة والاسعاف والاستراحات على هذه الطرق، وهذه السياحة منتشرة في دول أوربا والمنطقة العربية[3]. ومن الطبيعي هنا أن نجد ارتباط بين مسألة تقادم الأعمار"خاصة في أوربا كما تم ذكره" وانتشار هذا النمط الحديث من السياحة تزامنا مع تقدم تكنولوجيا صناعة السيارات ووسائل الراحة والأمان المرتبطة بها وتقدم شبكات الطرق والخدمات المرتبطة بها "خاصة في أوربا أيضا"، وكذلك تزامنا مع تمتع كبار السن برعاية صحية أكبر في العهود الحديثة حيث يميل كبار السن في أحيان كثيرة لاستخدام هذا النوع من التسهيلات المتعلقة بالنقل لسهولته النسبية بالنسبة لهم مقارنة باستخدام وسائل النقل الأخرى والتي قد تتطلب بذل عدة مجهودات من حيث الوصول إليها والانتظار، بالإضافة إلى حرية اختيار أوقات الخروج والسفر والتحكم في المسارات المتعلقة بهذا السفر.

---

(1) Giorgio Castoldi،Op،Cit،P187.

(2) National and Regional Tourist Planning، Methodologies and Case Studies،A World Tourism Organization Publication، Routledge، 1994، P19.

(3) http://www.feedo.net/LifeStyle/TravelTripsRelaxation/TourismAllOverWorld.htm،Accessed on: 7-10-2014.

## 2- النمو والتمركز السكاني Population Growth and Location:

مع تزايد نسبة سكان الحضر، نجد أن هناك أنماط سياحية حديثة نشأت في العالم جراء ماسبق، ولعل أهمها يكمن في مايلي:

- **السياحة الأيكولوجية Ecological Tourism:**

يعد هذا النمط من السياحة من الأنماط المستحدثة مؤخرا في العالم ، ويعد ظهوره كنتيجة طبيعية لانتشار ظاهرة التمدن في العالم وماإرتبط بهذه الظاهرة من حدوث تكدسات كبيرة للسكان في مناطق جغرافية معينة وبروز سلبيات متعددة منها التلوث والضوضاء ......الخ، وجميع ماسبق وغيره من ضغوط الحياة المدنية مع نمو السكان وتمركزهم الكبير في عدة مناطق عالمية(خاصة قارة أسيا) أدى إلى نشؤ رغبة كبيرة في العودة للحياة الطبيعية والبعد عن صخب ومشكلات المدنية الحديثة بحيث يصبح الإنسان قادرا مرة أخرى على ممارسة حياته بشكل طبيعي، ويرتبط بهذا النوع من السياحة الأيكولوجية عدة أنشطة جديدة مثل سياحة المغامرات ورحلات السفاري **Adventure Tourism &Safari Tours** والتي يقبل عليها غالبا فئات معينة من المستهلكين (صغار ومتوسطى الأعمار).

## 3- تركيبة الأسرة :Family Structure:

مع خصائص الأسرة في العهود الحديثة والتي تتجه "كما سبق ذكره" بالشكل العمودي وصغر الأحجام، فإن أبرز الأنماط السياحية الحديثة هنا قد تكون ما يلي:

- **سياحة زيارة الأصدقاء والأقارب VFR Tourism:**

يعد هذا النمط من أنواع السياحة المستحدثة خلال العقدين الأخيرين، ولايمكن تقدير مدى هذا النمط السياحي، حيث تشير التقديرات إلى أنه قد يكون منتشر بشكل أكبر من التقديرات والاحصائيات الرسمية، **ولايعني هذا النمط ضرورة اقامة السائحين (الأسرة هنا) عند الأقارب والأصدقاء حتى لو كانت الرحلة مخصصة لهذا الغرض، كما يمكن تصور العكس هنا بأن يكون هناك غرض أخر للرحلة مع اقامة السائحين عند الأقارب والأصدقاء.** ويعد هذا النمط السياحي من أفضل الأشكال التي تناسب طبيعة خصائص الأسرة في العصر الحديث مع وجود عدد أقل من الأفراد داخلها وشكلها العمودي في الغالب.

- **سياحة التجوال Walking Tourism:**

مع صغر أحجام الأسرة في العصور الحديثة (خاصة في أوربا) وارتفاع مستويات الدخول ومسألة الوصول اليسير للتكنولوجيا( المواصلات بشكل خاص هنا)، فإن الأسرة هنا سوف يكون بمقدورها الحصول على أكبر قدر ممكن من الاستجمام والراحة عن طريق القيام بجولات منظمة سيرا على الأقدام في أماكن تشتهر بروعة جمال الطبيعة فيها وبعدها عن الأماكن الحضرية، مع عمل أشكال بسيطة من الاقامة مثل المخيمات (الذي تفضله الأسرة لزيادة استقلاليتها) أو الكارافانات. ويعد هذه النمط من السياحة"**سياحة التجوال**" من أبرز أشكال السياحة المستحدثة التي نمت بفضل تغير أشكال الأسرة وسفرها الجماعي مع بعضها البعض جنبا إلى جنب مع توفر الدخل الكافي والتكنولوجيا التي تتيح الوصول إلى أماكن طبيعية بعيدة، فضلا عن تقدم مستويات الرعاية الصحية في أجزاء عدة من العالم.

**4- <u>أنماط العمل Work Patterns:</u>**

طرأت على أنماط العمل تغيرات جوهرية في العقود الأخيرة، فكانت معظم فرص العمل الجديدة في البلدان المتقدمة **ذات طابع عرضي** "أعمال حرة وخاصة"، مما كان يمثل تحولا عن أنماط العمل الخاضع للنظم واللوائح والأنساق النقابية، كما نمت "**أشكال العمل الشخصي self-employed individual** خاصة في البلدان المتقدمة أيضا ،الأمر الذي يعني وجود تمويل ذاتي لأصحاب هذه الأعمال أثناء قيامهم بعملية السفر والسياحة، وذلك يعني أيضا عدم ضرورة تقسيم السوق السياحي إلى أنماط خاصة برجال الأعمال والفئات الاقتصادية، كما تميل المرأة إلى النشاط الاقتصادي في البلدان المرتفعة الدخل حيث يشارك أكثر من ثلثي السكان الإناث في سوق العمل بينما تقل الفجوة بين الجنسين في المشاركة في سوق العمل عن 15 في المائة في المتوسط ويصدق هذا بشكل خاص على بلدان تتمتع بمظلة واسعة من الحماية الاجتماعية وذات مجتمعات تتيح وتقبل العمل لبعض الوقت. وعلى النقيض من ذلك، فإن معدلات مشاركة الرجل مستقرة في مختلف البلدان وفي مختلف فئات الدخل[1]. وجميع هذه التطورات السابقة ألقت بظلالها على ظهور عدة أنماط مستحدثة من السياحة ، لعل أبرزها مايلي:

---

(1) البنك الدولي "احتمال مشاركة المرأة في سوق العمل أقل من الرجال بمعظم البلدان" ، تقرير، 14-9-2012.

- **سياحة عطلة نهاية الأسبوع Week- End Tourism:**

اتجهت الشركات العالمية نحو ايجاد هذا النوع من السياحة الذي يمكن السائح أن يذهب لمكان محبب من خلال بدائل واختيارات متعددة لقضاء يومين أو ثلاثة في أماكن ذات طابع تاريخي أو أماكن ذات طبيعة خلابة أو أماكن رومانسية. وانطلقت هذه السياحة من منطلق أن بعض سائحي القرن الحادي والعشرين **فقراء في الوقت ولكن أثرياء في المال.** وهذا النوع من السياحة بدأ الطلب يتزايد عليه "في مصر" من قبل رجال الأعمال والشخصيات العامة وكبار المسئولين نتيجة ضغوط العمل والحياة والأعباء التي يواجهونها طوال أيام الأسبوع ، ولذلك فإنهم يتجهون إلى المنتجعات والقرى السياحية لقضاء عطلة نهاية الأسبوع(1).

- **سياحة المؤتمرات Conference Tourism:**

تعتبر سياحة المؤتمرات من أهم أنواع السياحة الثقافية، و يهدف هذا النوع من السياحة إلى الترغيب في المعرفة و توسيع دائرة المعلومات الثقافية والحضارية، كما أن سياحة المؤتمرات التي تشمل اقامة كافة المؤتمرات الدولية والمحلية سواء كانت مؤتمرات علمية أو ثقافية أو سياسية أو طبية أو سياحية أو رياضية، فكل هذه النوعية من المؤتمرات إنما تؤدى إلى مزيد من الجذب السياحي للمدينة فى وجود تسهيلات ووجود خدمات أساسية لعقد مثل هذا النوع من المؤتمرات كقاعات المؤتمرات المتعددة بما تشمله من إدارة وتنظيم وترجمة واعلان ، كما يمثل نشاط رجال الأعمال وحضورهم لتلك المؤتمرات نشاط فعال لحركة السياحة الوافدة حيث يمثل هذا النوع التسهيل لإتمام الصفقات التجارية علاوة على الاقامة والانتقالات(2).

## ثانيا: التغيرات الاقتصادية Economic Changes:

أشار تقرير المؤسسة الدولية لدراسات العمل التابع لمنظمة العمل الدولية لعام 2012 أنه بعد نشؤ الأزمة الاقتصادية عام 2008 حدثت اختلافات عكسية ملحوظة بين الدول فيما يتعلق باتجاهات العمالة الحديثة،حيث انتعشت معدلات العمالة بشكل أكبر في الدول الناشئة "اقتصاديا" والنامية، وبصفة خاصة في تلك الأخيرة والتي تجاوزت "كمجموعة" مستويات ماقبل الأزمة الاقتصادية، بينما على النقيض من ذلك، ظلت معدلات العمالة منخفضة في عدة اقتصاديات

(1) يسري دعبس ، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضؤ واقع الدول المتقدمة والدول النامية "دراسة في الأنثروبولوجية الاقتصادية"، الطبعة الأولى،البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية ،2002 ص ص: 216–217.

(2) http://www.discoveralex.com/ConferencesTour/default.asp،Accessed on: 10-10-2015.

متقدمة وأمريكا الشمالية[1]. وهذه التطورات الاقتصادية في البلدان النامية والناشئة، مع ارتفاع مستويات الدخول في البلدان المتقدمة، تترك تأثيرت ملحوظة على عملية الطلب السياحي والأنماط السياحية المتعلقة بذلك، ومن أهم تلك الأنماط السياحية الحديثة التي تبرز هنا:

**-السياحة البرية Wildlife Tourism:**

تعتبر هذه السياحة إحدى تصنيفات السياحة الأيكولوجية الهامة وتنتمي غالبا من حيث المسافة إلى سياحة المسافات الطويلة **Long-Haul Tourism**[2]، ومن أهم مواصفات السائح داخل هذا النمط السياحى هو أن متوسط عمره يبلغ نحو 43 عاما، يسافر مع أحد الأصدقاء وينتمي إلى طبقة اجتماعية واقتصادية ذات مستوى عالي ويتميز بوجود ميزانية عالية، إمتلاك خبرة كافية للسفر وتوفر متطلبات الراحة الكافية . ونجد هنا أنه نظرا لارتفاع الطلب على مشاهدة فصائل حيوانية جديدة وتطور وسائل النقل ، فإن سائحي هذا النمط يهتمون أكثر بمشاهدة فصائل نادرة وخطيرة من تلك الفصائل من الحيوانات والطيور في حالة عدم التمكن من مشاهدتها في الموطن الأصلي، وفي هذه الحالة يكون هناك طلب متزايد على رحلات "**شاهدها قبل أن ترحل**" **see it before it 's gone trips**.[3] وهذا النوع من السياحة الخاص بمشاهدة الحياة البرية قد يقوم السائح بشراؤه كمنتج خاص **(مثال: إجازة مشاهدة الطيور)** حيث يوجد هدف خاص هنا يتمثل في مشاهدة هذه الطيور، كما قد ينخرط السائحين في هذا النشاط كأحد مكونات الأنشطة التي تركز على القيام بالمغامرات في المناطق البرية بحيث تكون مشاهدة الحيوانات هنا نشاط اضافي يخرج عن كونه الحافز الأساسي للقيام بالرحلة[4].

**- سياحة التسوق Shopping Tourism:**

ويقصد بها الفترة التي تقوم بها المنشآت التجارية والصناعية المختلفة بهدف تنشيط حركة البيع والدعاية لمنتجاتها باعلان شهر معين لتسمح فيه بعمل تخفيضات وتسهيلات غير مسبوقة

---

(1) World of Work Report 2012، International Labour Organization، International Institute For Labour Studies، 2012،P4.

(2) سياحة المسافات الطويلة يستغرق فيها السفر في العادة أكثر من ثلاث ساعات، وعلى ذلك فإن هذا النمط من السياحة"السياحة البرية" ينتمي إلى سياحة المسافات الطويلة نظرا لأن السائحين في العادة ( من الدول المتقدمة هنا ذات الدخول العالية غالبا) ينتقلون إلى أماكن بعيدة في الدول النامية (الهند- الصين-البرازيل....الخ) لمشاهدة هذه الفصائل الحيوانية النادرة المتعذر مشاهدتها في بلدانهم الأصلية.

(3) Long Haul Tourism،The EU market for wildlife travel "Paper"،March،2009،P1.

(4) Wildlife Watching and Tourism، A study on the benefits and risks of a fast growing tourism activity and its impacts on species ،"Paper "، Richard Tappe Environment Business & Development Group،2006،P10.

في حركة البيع، وهذا النوع من السياحة يجذب السائح الداخلي والسائح الدولي خاصة أنه يتم في خلال فصل الصيف حيث تنشط عملية الطلب السياحى والإجازات الممنوحة للأفراد المدفوعة الأجر مما يجعلهم ينتقلون إلى أماكن سياحية ذات مغريات متعددة بالاضافة إلى هذا النوع من السياحة. وتلعب سياحة التسوق في جمهورية مصر العربية دورا هاما في زيادة التدفق السياحي خلال موسم فصل الصيف، حيث أن هذا الموسم يشهد رجوع العاملين في الخارج لزيارة ذويهم وأهلهم وكذلك تدفق السياحة العربية، وبناءا عليه تنشط حركة الأسواق في هذا الموسم(1).

هذا، وتندرج سياحة التسوق تحت قائمة أنماط السياحة الحديثة التي يخرج فيها السائح لغرض التسوق "**كحافز رئيسي للرحلة**"، وانتشر هذا النمط كنتيجة طبيعية لتنامي الدخول العالمية مع تقدم وسائل التقنية الحديثة والاعلان والمواصلات وانتشار العديد من مراكز التسوق العالمية الفاخرة **(خاصة في دبي وجهة التسوق السياحي العالمي)**. ولكن ذلك لايعني أن التسوق كان لايندرج ضمن أهداف بعض أنواع السياحة الأخرى، ولكن ليس كهدف رئيسي كما هو الحال في سياحة التسوق، فيذكر هنا **Littrell et al.(1994:16) أربعة أنماط سياحية من حيث العلاقة بين أنشطتها ونماذج التسوق الخاصة بها:** جدول (20) يصور بشكل واضح ذلك الارتباط بين أنماط التسوق ومجموعات السفر المختلفة:

**جدول(20): الارتباط بين أنماط السفر وأشكال التسوق**

| الاهتمامات السياحية | تفضيلات التسوق |
|---|---|
| الثقافة | الفنون والحرف المحلية |
| الطبيعة والتراث الإنساني | الفنون والحرف المحلية والمواد المطبوعة |
| الترويح الاجتماعي | هدايا تذكارية تحمل طابع المقصد المزار |
| الأنشطة الخارجية | هدايا تذكارية متعلقة بهذه الأنشطة |

**Source: The Role of Shopping in Tourism Destinations ،Peter Robinson Article، Oct،2008.**

وعلى ذلك، فإن نمط التسوق الخاص بالرحلة يتأثر بغرض الرحلة الرئيسي وطبيعة الشخص المشترك في أي نشاط معين، حيث يختلف الأمر هنا عندما يتم القيام بنشاط التسوق لأغراض خاصة بالتسوق نفسه، ويحدد Dhokalia ثلاثة محفزات رئيسية خاصة بنشاط التسوق: **الاستفادة Utilitarian، الاتصال الأسري والاجتماعي، والتسوق كنشاط ترفيهي مستقل بذاته ذو أبعاد اجتماعية وترويحية.(Moscardo 2004:305).**

(1) يسري دعبس ، مرجع سابق، ص ص: 207-208.

- **سياحة رجال الأعمال Business Travel:**

وتتمثل تلك السياحة في انتقال رجال الأعمال أو من يمثلهم لحضور المؤتمرات أو المعارض الدولية ومايستتبع ذلك من الانتقال بشركات الطيران أو عن طريق البواخر والاقامة عدد من الليالي السياحية سواء بالفنادق أو القرى السياحية واستخدام وسائل الانتقال المختلفة. وتتميز سياحة رجال الأعمال بالانفاق العالي واستخدام وسائل النقل الجوي في الانتقالات للأماكن المقصودة، بل قد يكون الانتقال بالجو داخل البلد المقصود وهذا يساعد على تشجيع حركة النقل الجوي، ثم إن الاقامة في الفنادق ذات الخمس نجوم ومايتبع ذلك من الخدمات المقدمة من المأكولات والمشروبات ووسائل الترفيه يساعد على تدفق العملات الصعبة خصوصا مع زيادة تدفق رؤوس الأموال الأجنبية للإستثمار في البلدان ذات المقومات النسبية والتنافسية للاستثمار [1].

## ثالثاً: التغيرات الاجتماعية "مستوى المعيشة" "Social Changes"Lifestyle:

من أبرز الأمثلة على أنماط السياحة الحديثة المكتشفة بفضل ارتفاع مستويات المعيشة في العالم:

- **سياحة الجولف Gulf Tourism:**

يندرج هذا النمط تحت التصنيفات الحديثة لأنماط السياحة الرياضية، وتخاطب سياحة الجولف شريحة هامة ومتميزة من السائحين الذين يتميزوا بكونهم من ذوى الانفاق العالي وأصحاب مستويات معيشية مرتفعة ،حيث ينتمون إلى طبقات اقتصادية واجتماعية راقية، والراغبين في ممارسة رياضتهم المحببة في مناطق سياحية فريدة تتميز بمناظرها الطبيعية الخلابة. وسائحي رياضة الجولف يكونوا في الغالب من **الذكور**، **متوسطى الأعمار أو في بداية سنوات التقاعد**، ويتغير المشهد هنا باستمرار مع زيادة دخول الجنس اللطيف لممارسة هذه الرياضة[2]. ولقد تم تقدير إيرادات سياحة الجولف العالمية (عام 2010) **بنحو "20بليون دولار أمريكي سنويا" مع سفر نحو 50 مليون سائح جولف سنويا لممارسة هذه الرياضة تقريبا داخل 32 ألف ملعب جولف.** وهذه الصناعة "الخاصة بالجولف" تجد رواجا منقطع النظير مع بناء نحو 1000 ملعب

(1) يسري دعبس،مرجع سابق، ص202.

(2) Simone and Louise Hudson‹Gulf Tourism‹Goodfellow Publishers‹2010‹P7.

جولف سنويا ووجود نحو 25 مليون ممارس لهذه الرياضة في أمريكا الشمالية، 5 مليون في أوربا، مع نمو هائل في أعداد الممارسين لها داخل قارة أسيا[1]. هذا، وتعد سياحة الجولف في مصر أحد الأنماط السياحية المستحدثة واضافة هامة للمنتج السياحي المصري بما يتلائم مع اتجاهات الطلب السياحي العالمي، وتضم مصر حاليا أكثر من خمسة عشر ملعبا للجولف عشرة منها بإسم **PGA**.[2]

**مثال لسياحة الجولف: دبي- الإمارات العربية المتحدة:**

تطورت دبي خلال السنوات الماضية لتصبح واحدة من المقاصد الرئيسية لمحبي رياضة الجولف، مع الإمارات الأخرى تسير على هداها، ومن الملاحظ حرص دولة الإمارات العربية المتحدة على تأسيس نفسها كمقصد رائد لسياحة الجولف، وهي لا تدخر أي جهد لانجاز هدفها. حيث يجري صرف ملايين من الدولارات لبناء أفضل الملاعب واجتذاب أكبر المصممين والبطولات العالمية لجذب سائحي الجولف من جميع أنحاء العالم. ومن هذا المنظار يبدو المستقبل مشرقا للجولف في الصحراء العربية تبعا للطقس الرائع والموقع المركزي والملاعب الجميلة المتوفرة. ويعتقد مدير تطوير الأعمال في دبي للجولف، إن هذه الرياضة تشكل بالفعل جانبا كبيرا في قطاع السياحة في الإمارات. ويقول إن دولة الإمارات هي وجهة جذابة للاعبي الجولف لأنها توفر ملاعب على المستوى العالمي وتتمتع بطقس مشمس وضيافة رائعة[3].

- **سياحة الفقر Poverty Tourism:**

من أهم أنواع السياحة الحديثة التي ظهرت كنتيجة لتغير وتطور المستويات المعيشية والاجتماعية في الدول المتقدمة. ويشير هذا المصطلح هنا إلى السفر نحو المناطق الفقيرة انسجاما مع مبادئ وقواعد السياحة البديلة **alternative tourism** والتي تسعى لتحقيق السفر العادل بين أعضاء المجتمعات المختلفة لتحقيق التفاهم ،التماسك والمساواة المتبادلة بينهم. وبالتالي، فإن سياحة الفقر، بوجهها المثالي، تهدف للسفر للمناطق الفقيرة لغرض تحقيق المساواة بين الأعراق المختلفة وتحمل معها الأهداف التالية:-

- تحقيق التماسك بين الزوار وأولئك الذين يتم زيارتهم.
- تحقيق التفاهم المتبادل والعلاقات المستندة على المساواة والتضحية والاحترام.
- مساندة حق تحقيق الاكتفاء الذاتي وحق تقرير المصير للمجتمعات المحلية.

(1) Ibid،P1.

(2) موقع الهيئة العامة للاستعلامات، بوابتك إلى مصر، السياحة الرياضية، تاريخ مرور: 11-10-2012.

(3) http://www.ameinfo.com/ar-89138.html،Accessed on:12-10-2012.

- تعظيم وتطوير الاقتصاد المحلي والفوائد الثقافية والاجتماعية[1] .

وتظهر سياحة الفقر في العديد من الدول مثل دول أمريكا الشمالية والجنوبية، أسيا وافريقيا، فتأخذ عدة رحلات مثل "Gang tours في لوس أنجلوس، favela tours في البرازيل و township tours في جنوب أفريقيا" الزوار نحو الأحياء الفقيرة لتوضح لهم حقيقة كيف يعيش الناس فعلا[2].

## رابعاً: التغيرات الصحية Health Changes:

من المتوقع أن يكون هناك رواج كبير على طلب المنتجات السياحية المختلفة مع ارتفاع المستويات الصحية والانفاق الكبير على مجال الصحة في مختلف بلدان العالم،فتحسن مستوى الصحة العالمي مع انخفاض معدلات وفيات الرضع والأطفال وزيادة متوسطات الأعمار....الخ يعطى دفعة قوية للسائحين للسفر والترحال وتجربة كافة المنتجات السياحية المختلفة، بينما العكس من ذلك" انتشار الوفيات والأمراض المهلكة الخ" يؤدي إلى تقليل الطلب على المنتجات السياحية **( ولكن تلك الأمراض الممكن علاجها والتعامل معها تؤدي إلى تنشيط الطلب الخاص بالسياحة العلاجية والاستشفائية)**، وهذه التطورات الايجابية تساعد على ظهور أنماط سياحية حديثة خاصة بالسياحتين العلاجية والطبية أو أنماط أخرى مشتقة منهما، والسائحين هنا مع زيادة الوعي الصحي قد يقوموا بطلب منتجات سياحية معينة لأغراض الحصول على الصحة والاستشفاء. ومن أبرز أشكال السياحة الحديثة المرتبطة بتطور الوعي الصحي أو بالحصول على الصحة والاستشفاء مايلي:-

### -السياحة الإنسانية "ذوي الإحتياجات الخاصة" Human Tourism:

السياحة الإنسانية هي مجموعة الخدمات والتسهيلات التي بمقدورها أن تمكن الشخص ذي الإحتياجات الخاصة من التمتع بعطلته أو الوقت الذي يخصصه للترفيه عن نفسه، من دون مشاكل. وقد يكون الأشخاص ذوي الإحتياجات هؤلاء من المسنين، أو من ذوي الإعاقة الدائمة أو المؤقتة (نتيجة كسر أو عملية مثلا)، أو ممن يحتاجون لحمية غذائية معينة، أو ممن لديهم فرط حساسية ويحتاجون لتسهيلات ومستوى معين من الراحة أثناء تنقلهم واقامتهم. وينبغي التركيز على

---

(1) R Scheyvens - Development Bulletin،Paper، 2001،P2. devnet.anu.edu.au

(2)http://seniortravel.about.com/od/typesoftravelforseniors/a/Poverty-Tourism.htm،Accessed on:14-10-2014.

سياحة ذوي الإحتياجات الخاصة، أكثر من غيرهم، لحاجتهم الماسة للترفيه، لانهم أسارى أسرى الحالة الصحية، وينبغي مساعدتهم ودعمهم للتغلب على التحديات التي تواجههم.

وتعتبر الحاجة إلى تسهيل الخدمات السياحية للمعاقين مطلبا ملحا في القرن الواحد والعشرين، وهو ماعكسته قرارات منظمة السياحة العالمية في جلستها السادسة والخمسين، حيث كلفت المسؤولين بالاهتمام بكافة المسائل التي من شأنها خدمة ذوي الإحتياجات الخاصة، وتقديم الدعم الفني لتشجيع هذا المفهوم في السياحة العالمية. وتتولى الدوائر السياحية المعنية "في الدولة" إيجاد الشركاء المناسبين، كالهلال الأحمر ودوائر الرعاية الاجتماعية، المنتشرة في ربوع البلد، ويتفق معها على توفير خدمة تأجير المساعدات الحركية والسمعية والبصرية لمن يطلبها من السائحين[1].

- **السياحة العلاجية Therapeutic Tourism:**

تعد السياحة العلاجية من الأنواع الهامة للسياحة الحديثة خصوصا في الدول التي تتمتع بوجود العيون والآبار الكبريتية التي تساعد وتشجع على شفاء بعض الأمراض خصوصا الأمراض الجلدية، كما ترجع أهمية هذا النوع من السياحة بسبب التطور التكنولوجي والتقني الهائل ومايتبع ذلك من زيادة سرعة الحياة وضيق الوقت وصعوبة الحياة مما أدى لظهور أمراض كثيرة مثل القلق والتوتر النفسي وأمراض الجهاز التنفسي والقلب، مما دفع المعالجين للعودة للتطبيب الطبيعي عن طريق العيون المعدنية أو الكبريتية أو استخدام حمامات الرمال وعيون المياه الساخنة وأشعة الشمس ..الخ[2].

## خامساً: التغيرات التعليمية والثقافية Educational and Cultural Changes:

من المتعارف عليه هنا أن هناك ارتباط وثيق جدا بين التغيرات التعليمية والثقافية والطلب على السياحة، فكلما إزداد تطور المستوى العلمي والثقافي للمستهلك"السائح" كلما كانت هناك رغبة أكبر وأعمق لطلب الرحلة السياحية والحصول على منتجات سياحية متميزة وفريدة ، وأبرز أنواع السياحة الحديثة التي يمكن أن تنشا نتيجة لذلك:

(1) مجلة السياحة الإسلامية، السياحة الإنسانية، سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة، مقالة، العدد37.

(2) يسري دعبس، مرجع سابق، ص 174.

- **السياحة الجيولوجية Geological Tourism:**

تعد السياحة الجيولوجية من الأنماط الحديثة والواعدة في مجال صناعة السياحة خصوصا في الأقطار التي تملك من المقومات النسبية والتنافسية الجيولوجية التي تجعلها تتفرد عن كثير من بقاع أخرى حول العالم بهذا التنوع المتميز والمتفرد من السياحة والذي يتزايد عام بعد عام(1). ويعد هذا النمط السياحي غالبا قبلة للسائحين ذوي المستوى العلمي والثقافي المتميز والراغبين في اكتشاف وتسجيل كل ماهو نادر وفريد في مجال الظواهر الجيولوجية المختلفة سواء كانت **كهوف Caves – مسلات بحرية Sea Stacks – غابات صخرية Stone Forests.....الخ.** كما يحتاج المرشد السياحي داخل هذا النمط السياحي إلى أن يكون متخصصا في مجال الجيولوجية وقادر على شرح وتفسير كافة التكوينات الجيولوجية المختلفة والرد على كافة الاستفسارات المختلفة من جانب السائحين. ومن الممكن أن تصنف هذه السياحة تحت أهم تصنيفات السياحة العلمية أو السياحة الأيكولوجية"البيئية".

وبدخول القرن الحادي والعشرين تأتي أهمية السياحة الجيولوجية كإستثمار جديد وواعد في مصر، خصوصا وأن العلماء المصريين وعلماء البعثات يؤكدون أن مصر متحف جيولوجي مفتوح عمره 100 مليون سنة، وأن صحاريها وجبالها سجل تاريخي لنشأة الأرض، وأن مصر تنفرد بظواهر كونية لاتوجد في أي دولة أخرى(2).

**أمثلة للسياحة الجيولوجية:**

**مغارة جعيتا – لبنان:**

تستحق مغارة جعيتا أن يطلق عليها لؤلؤة السياحة اللبنانية، فهي تشكل محطة هامة لجذب السائحين على مدار السنة، وتستقطب مغارة جعيتا، وهي من أروع التحف الطبيعية في الشرق أكثر من ربع عدد السائحين في لبنان وتقع المغارة في وادي نهر الكلب التاريخي والذي يبعد 18كيلومتر شمال بيروت، وهي تتألف من طبقتين :مغارة سفلية(مائية) وعليا (جافة)، وقد اكتشفت صدفة من قبل المبشر طومسون عام 1836 وافتتحت أمام الجمهور في سنة 1958. وكانت جعيتا قد مكنت لبنان من الفوز بجائزة (القمة السياحية ) للعام 2002 حيث تم اختيارها من بين 27 مشروعا عالميا(3).

---

(1) المرجع السابق، ص217.

(2) المرجع السابق،ص218.

(3) جريدة ميدل إيست الإلكترونية،مغارة جعيتا،لبنان،مقالة، 24-1-2005، تاريخ مرور: 16-10-2015.

**<u>الصحراء البيضاء – مصر:</u>**

تعتبر الصحراء البيضاء من أكثر الوجهات الصحراوية شهرة في مصر لأسباب عديدة. فالطبيعة نحتت الصخور بفعل الرياح على شكل فطر عملاق أو بلّور وجعلتها تحفة غريبة لا مثيل لها في أي صحراء أخرى في العالم. وتعتبر واحة الفرافرة أقرب من واحة البحرية إلى هذه المحمية التي تبلغ مساحتها 300 متر مربع، إلا أنها تقدم خيارا من الجولات ورحلات السفاري. وبالرغم من ذلك، لا تزال نقطة انطلاق مثالية لرحلة ليلية في بياض لا نهائي[1].

- **السياحة العلمية Scientific Tourism:**

السياحة العلمية، أو السياحة البحثية، وهي التي تشمل دراسات البيئة النباتية والحيوانية (الفلورا والفونا) وكذلك دراسة حركة الطيور وهجراتها العالمية، مثال على ذلك محافظة الفيوم بمصر حيث تتميز محميات الفيوم الطبيعية في بحيرتي قارون ووادي الريان بوجود أنواع من الطيور المهاجرة خاصة خلال فصل الشتاء وتتوافر آنذاك سياحة صيد الطيور[2]. ويسير هذا النمط الحديث من السياحة جنبا إلى جنب مع زيادة الفضول العلمي والثقافي في العالم وحصول عدد كبير من البشر حول أنحاء العالم على قدر مناسب من التعليم.

- **السياحة العرقية Ethnic Tourism:**

ينظر إلى السياحة العرقية على أنها شكل من اشكال السياحة الثقافية، وتشير إلى انتقال الاشخاص إلى مناطق استيطان الأقليات العرقية Ethnic Minorities في الدول المستقبلة من أجل الاطلاع على بعض الجوانب المهمة المتعلقة بثقافاتهم و فنونهم وعاداتهم وتقاليدهم وطقوسهم العرقية وأنماط حياتهم، وتنتشر عادة في الدول التي تعيش فيها هذه الأقليات ،فتدفع في الغالب بإتجاه تطوير البنية التحتية لمناطقهم وتحسين المستوى الاقتصادي والاجتماعي للأفراد والأسر المنتمية الى هذه الأقليات، وتحد من ظاهرة الهجرة إلى المناطق الأكثر تطوراً، وتساهم في معالجة الفقر والبطالة في إطار خطة تنمية سياحية ثقافية مستدامة[3].

(1) http://ar.egypt.travel/attraction/index/the-white-desert. Accessedon; 14-9-2013
(2) http://www.irbidworld.com/portal?pid=7،Accessed on:17-10-2013.
(3) http://www.ankawa.com/forum/index.php?topic=654316.0،Accessed on :17-10-2013.

## سادساً: تغيرات الهجرة Migration Changes :

نجد هنا أنه على الرغم من أن الهجرة مرتبطة بحافز اقتصادي يتعلق بالكسب وليس الانفاق كما هو الحال مع السياحة، فإن تأثيرات المهاجرين الايجابية على السياحة لايمكن التغاضي عنها في جميع الأحوال. وأحدث الأنماط السياحية التي يمكن أن تنشأ من جراء هذه الحركة هي كل من **سياحتي زيارة الأصدقاء والأقارب، وسياحة الحنين:**

- **سياحة الحنين Nostalgia Tourism:**

لايرتبط هذا النمط السياحي الحديث بعودة المهاجرين لزيارة أوطانهم الأصلية فحسب، ولكن يرتبط أيضا بأي شكل من أشكال العودة لأي موقع يحمل ذكريات جميلة ومؤثرة في النفس. بالنسبة للنمط الأول **(عودة المهاجرين لزيارة منشأهم الأصلي)** فهو يحمل في طياته بعد ثقافي يرتبط بالتراث الأصلي والعلاقات الاجتماعية (السياحة الثقافية الاجتماعية)، فصناعة السياحة وإن كانت تختص في الغالب بتلك الرحلات الترفيهية، إلا أن الكثير من المتقاعدين في عالم اليوم يستخدمون جزء من مدخراتهم ليس فقط لاكتشاف العالم، ولكن **أيضا للبحث عن ذاتهم من خلال العودة لزيارة أرض الأجداد والأسلاف** في الوقت الذي يبحث فيه الأخرون عن اثراء تجارب ثقافية جديدة [1].

وفيما يتعلق بالنمط الثاني**(العودة لمواقع تحمل ذكريات جميلة)**، فلقد أورد وكلاء السفر نشوء فرع جديد من "**سياحة الحنين Nostalgic Travel**" يتعلق بالعودة إلى مواقع تحمل ذكريات جميلة في النفس، حيث كشفت إحدى الدراسات عن وجود رغبة متزايدة باستمرار من جانب البشر لزيارة الأماكن التي تم قضاء أجمل الذكريات فيها أثناء إجازات مرحلة الشباب، بينما يعود بعض المتزوجين إلى أماكن قضاء شهر العسل. وذكرت هنا شركة **Expedia** للسفر التي أجرت الدراسة أن عامل الحنين يعتبر محفز كبير في عملية اختيار المقصد السياحي[2]. ويلاحظ هنا أن مثل هذا السفر المرتبط بالحنين لايكون مصدره فقط المهاجرين، ولكن جميع التصنيفات الأخرى من البشر، ولكن **يبدو بارزا بشكل أكثر قوة وإثارة من جانب فئة المهاجرين خاصة ذلك السفر المرتبط بذكريات تكون ضاربة في القدم أو عندما يتعلق الأمر بزيارة أرض الأجداد** (كما هو الحال في زيارة الأمريكيين من أصل أفريقي لأوطانهم القديمة أو زيارة سكان أمريكا اللاتينية لأسبانيا). ويزداد هذا النوع من السفر انتشارا في المستقبل مع تزايد مؤشرات حركة الهجرة الدولية .

---

(1)Nostalgic Tourism، Dale W.Rusell، Journal of Travel & Tourism Marketing، Volume 25 ، Issue 2، 2008.

(2) e TN Global Travel Industry News، Tourists answers the call of nostalgia ، Article، Jan.1،2008.

## ثالثا: دراسات حالة : فرنسا- إيطاليا

**مقدمة:**

تعتبر كل من فرنسا وإيطاليا من أشهر المقاصد السياحية العالمية ومن الدول التي لها تاريخ كبير في التقاليد الخاصة بالسفر والترحال، وتصنف الدولتين من ضمن الدول الرائدة سواء في مجال السياحة الدولية الوافدة إليهما أو تلك الصادرة منهما، فقد استقبلت فرنسا 79.5 مليون سائح على أراضيها عام 2011 " **المرتبة الأولى عالميا**"، بينما استقبلت إيطاليا 46.1 مليون سائح في نفس العام " **المرتبة الخامسة عالميا**" [1] . وبالنسبة للسياحة الدولية الصادرة من الدولتين، فقد أنفق السائحون الفرنسيون مبلغ 38.1 بليون دولار في الخارج عام 2012 " **السادسة عالميا**"، بينما أنفق السائحون الإيطاليون مبلغ 26.2 بليون دولار في نفس العام "**العاشرة عالميا**"[2] ، هذا، ولقد أسهمت جملة من العوامل المتعددة في اثراء وتدعيم تجارب السفر في كلا الدولتين، وأهم تلك العوامل على الإطلاق هو تلك التغيرات الديموغرافية المتلاحقة التي أثرت بالإيجاب على خروج الفرنسيين والإيطاليين لممارسة أنشطة سياحية متنوعة، وهذه التغيرات الديموغرافية المتعددة " خاصة تلك المتعلقة بالمؤشرات التعليمية الثقافية والاقتصادية" في الدولتين تكون مسئولة بشكل رئيسي عن توالي خروج الفرنسيين والإيطاليين في رحلات السياحة الدولية، ومن هنا جاءت أهمية تتبع هذه التغيرات في الدولتين وعرضها بشئ من التفصيل مع توضيح تأثير هذه التغيرات على الطلب السياحي الدولي الصادر من الدولتين ودورها في ظهور أنماط سياحية متعددة فيهما.

وسوف يتناول هذا المبحث عرض تلك التغيرات الديموغرافية المختلفة في كل من فرنسا وإيطاليا، وتشمل التغيرات المشار إليها: **التغيرات السكانية (** النمو السكاني- معدلات الخصوبة- متوسط الأعمار-التمركز السكاني**)- التغيرات الاقتصادية- التغيرات الاجتماعية - التغيرات التعليمية والثقافية- التغيرات الصحية- تغيرات الهجرة**، ومن ثم ،عرض التأثيرات المتوقعة لتلك التغيرات السابقة على الطلب السياحي الدولي الصادر من الدولتين وتوضيح الأنماط السياحية الجديدة التي يتوقع ظهورها جراء ذلك الأمر.

---

(1) تقرير منظمة السياحة العالمية 2012.

(2) تقرير منظمة السياحة العالمية 2013.

## أولا: التغيرات الديموغرافية في فرنسا:

### 1- التغيرات السكانية Population Changes:

أ- **النمو السكاني Population Growth**: أعلن المعهد الفرنسى للاحصاء، أن عدد سكان فرنسا بلغ فى الأول من يناير "عام 2012" 65.350 مليون نسمة[1]. ويوضح جدول(21) معدل نمو السكان المئوي في فرنسا خلال الفترة 2000- 2012:

**جدول(21): معدل نمو سكان فرنسا المئوي (2000-2012)**

| الدولة | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| فرنسا | 0.38 | 0.37 | 0.35 | 0.42 | 39،0 | 0.37 | 0.35 | 0.59 | 0.57 | 0.55 | 0.53 | 0.5 | 0.5 |

**Source: CIA World Factbook(2012)**

ويوضح جدول "21" تزايد معدل نمو سكان فرنسا المئوي خلال الفترة :2000-2007 من 38،0% عام 2000 إلى 59،0% عام 2007، وذلك قبل أن يتناقص بشكل طفيف خلال الفترة:2007 -2012 من 59،0% عام 2007 إلى 5،0% عام 2012.

وسوف تشهد فرنسا نمو سكاني قوي حتى **عام 2050 يبلغ نحو 9 مليون نسمة** غالبا في شرق البلاد وجنوبها ومن المرجح أن يكون هناك **مواطن واحد لكل ثلاثة مواطنين أكبر من سن الستين عاما**. وعلى ذلك يكون الطابع العام لسكان فرنسا "**أكبر وأكثر كثافة Older and more numerous** " كما أورد ذلك أخيرا الوكالة الاحصائية الوطنية الفرنسية، وهذا التزايد سوف يكون مرتكزا على المعدل القوي لنمو المواليد وصافي الهجرة السنوي بمعدل (100ألف كل عام)[2].

ب- **معدلات الخصوبة Fertility Rates**: تشهد فرنسا تزايداً كبيراً بين دول أوربا في معدلات الخصوبة، على الرغم من أن هذا المعدل قد شهد انخفاضا ملحوظا في بداية سنوات التسعينات، وفي عام 2010 تم تسجيل فرنسا كأكبر دولة في أوربا من حيث معدلات الخصوبة بعد جمهورية أيرلندا، ويوضح الجدول التالي (جدول22) معدلات الخصوبة في فرنسا من عام 2000 حتى عام 2012:

---

(1) http://www3.youm7.com/News.asp?NewsID=580414،Accessed on: 18-10-2012.
(2) http://www.french-property.com/newsletter/2008/6/16/france-population/ Accessed on :18-10-2012.

**جدول(22) معدلات الخصوبة في فرنسا(2000–2012)**

| الدولة | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| فرنسا | 1.75 | 1.75 | 1.74 | 1.85 | 1.85 | 1.85 | 1.84 | 1.98 | 1.98 | 1.98 | 1.97 | 1.96 | 2.8 |

**Source: CIA World Factbook (2012)**

ويؤكد جدول(22) ما تم ذكره سابقا من أن فرنسا سوف تشهد معدلات نمو جيدة للمواليد **(12.72 مولود لكل ألف نسمة – تقديرات 2011)** مع تزايد هذا المعدل بشكل كبير حتى عام 2050.

ج–**متوسط العمر المتوقع Life Expectancy** : تعد فرنسا من أفضل دول العالم من حيث ارتفاع متوسط أعمار سكانها، وذلك يبدو نتيجة طبيعية بسبب تقدم الرعاية الصحية وانخفاض معدل وفيات الرضع بصفة خاصة **(3.37 حالة وفاة لكل ألف رضيع– 3.7 ذكر/ 3.1 أنثى)** وانخفاض معدل الوفيات بشكل عام **(8.85 لكل ألف حسب تقديرات يوليو 2011**[1]**)**. ويوضح الجدول التالي (جدول23) تقدير **هذا المتوسط المتزايد** مع التوقعات (من عام 1985حتى عام 2030):

**جدول(23): متوسط العمر المتوقع في فرنسا (مع التوقعات) خلال الفترة: 1985– 2030**

| السنة | الكل | ذكر | أنثى |
|---|---|---|---|
| 1990–1985 | 76.0 | 71.9 | 80.1 |
| 1995–1990 | 77.2 | 73.1 | 81.4 |
| 2000–1995 | 78.3 | 74.4 | 82.3 |
| 2005–2000 | 79.5 | 75.8 | 83.1 |
| 2010–2005 | 81.2 | 77.6 | 84.7 |
| 2015–2010 | 81.9 | 78.6 | 85.1 |
| 2020–2015 | 82.7 | 79.5 | 85.7 |
| 2025–2020 | 83.3 | 80.3 | 86.2 |
| 2030–2025 | 83.9 | 81.0 | 86.8 |

**Source: Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat، *World Population Prospects:The 2008 evisions، 2009*.**

(1) CIA World Factbook "2012".

**ونلاحظ من هذا الجدول السابق مايلي:**

1- متوسط أعمار الذكور المتوقع سوف يرتفع بشكل ملحوظ من 71.9 عام "خلال الفترة 1985-1990" إلى 77.6 عام " خلال الفترة:2005-2010". ويستمر في التزايد في فترة التوقعات حتى يصل إلى 81 عام "خلال الفترة 2025-2030".

2- متوسط أعمار النساء سوف يرتفع بشكل أكبر من معدلات الذكور، حيث بلغ 80.1 عام "خلال الفترة 1985- 1990"، ثم ارتفع إلى 84،7 عام "خلال الفترة 2005-2010"، ويرتفع في فترة التوقعات حتى يصل إلى 86.8 عام " خلال الفترة: 2025-2030".

3- متوسط الأعمار الكلية في فرنسا يرتفع في نفس الفترات السابقة المذكورة بحيث يكون: 76-81،2-83،9 عام على التوالي.

د- **التمركز السكاني Population Location**: من المعروف أن مظاهر التمدن الحديث في أي دولة تزداد كلما ازدادت مظاهر ودرجة التصنيع الخاصة بهذه الدولة. وفرنسا تعتبر من الدول الصناعية الهامة وتدخل ضمن نطاق الدول الصناعية السبع الكبرى في العالم، ولذلك كان من الطبيعي أن يتزايد تركز السكان في المدن حيث فرص الصناعة والعمل. وقد بلغت نسبة التمدن في فرنسا نحو 85% من اجمالي عدد السكان الكلي وفق تقديرات 2010، ويتوقع أن تبلغ نسبة التغير السنوي 1% بين عامي 2011- 2015 (**CIA World Factbook**)

ويوضح الجدول التالي (جدول24) معدل التمدن المتزايد في فرنسا بين عامي 2007-2011:

**جدول(24): معدل التمدن في فرنسا (2007-2011)**

| السنة | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|---|
| معدل التمدن"فرنسا" | %83 | %84 | %84 | %85 | %86 |

**Source: The World Bank(2012 Estimates)**

## 2- التغيرات الاقتصادية Economic Changes:

من المعروف أن مركز الدولة الاقتصادي يؤثر على نشاط وحالة السكان الاقتصادية ومدى تمتعهم بمستويات أجور عالية من عدمه. ودولة فرنسا تتمتع بمركز اقتصادي ممتاز بين دول العالم بشكل أدى إلى حدوث تحولات وتغيرات اقتصادية كبيرة لمواطنيها واستفادتهم من هذا المركز. فالاقتصاد الفرنسي يحل في الترتيب الخامس عالميا من حيث التقديرات المتعلقة بالناتج المحلي الأسمي **Nominal Figures**، والتاسع عالميا من حيث التقديرات المتعلقة

بتساوي القوة الشرائية **PPP Figures**، وفرنسا تعتبر ثانى أقوى اقتصاد في أوربا (خلف ألمانيا شريكها الاقتصادي الرئيسي) فيما يتعلق بتقديرات الناتج المحلي الأسمي. وفي عام 2011، بلغ معدل نمو الدخل القومي في **فرنسا 1.85% ، أقل من ألمانيا "2.85%" ولكن أفضل من بريطانيا التي حققت معدل نمو في دخلها القومي بلغ 0.6%.** وهذه هنا بعض الحقائق التي تعبر عن تلك التحولات الكبيرة للمواطنين الفرنسيين فيما يتعلق بحالتهم الاقتصادية:

- بلغت أصول فرنسا النقدية عام 2010 نحو 14 تريليون دولار لعدد سكان بلغ 63 مليون نسمة.
- فيما يتعلق بالثروات الشخصية، فإن الأسر الفرنسية تعتبر الأغنى في أوربا، حيث تمثل أكبر من ربع الأسر الغنية في أوربا.
- يعتبر الفرنسيين أقل السكان مديونية في العالم المتقدم بمجموعة ديون شخصية تقدر بأكثر قليلا من 10% من مجموع أصول الأسر الفرنسية.
- في عام 2010، شكل الفرنسيين نسبة 0.045% من أغنى الشخصيات العالمية البالغ نسبتهم1% من سكان العالم"[1].
- نسبة 9% من المشتغلين بالوظائف في فرنسا يعملون بعقود 6 أشهر أو أقل، وهذا يوضح أن فرنسا نجحت في تأسيس وتشجيع عقود العمل المفتوحة[2].
- يبلغ عدد أفراد القوى العاملة في فرنسا بشكل اجمالي نحو29.61 مليون عامل **(تقديرات 2011)** بينهم نسبة 3.8% يعملون في الزراعة، 24.3% في الصناعة و71.2% يعملون في قطاع الخدمات **(تقديرات 2005)**[3].

**3- <u>التغيرات الاجتماعية" مستوى المعيشة" Social Changes :</u>**

فرنسا من أفضل الدول التي يتمتع سكانها برخاء المعيشة من جميع الجوانب الاقتصادية والصحية والترفيهية والثقافية. ففي التقرير السنوي الذي تصدره مجلة **(international living)** والذي يقيس مستوى المعيشة في194دولة على مستوى العالم من ناحية غلاء المعيشة والترفيه والصحة والسلامة والثقافة والوضع الاقتصادي ودرجة الحريات والبيئة والذي يحدد أفضل الدول

---

(1) Economy of France، Wikipedia، the free encyclopedia، 20-10-2012.

(2) OECD Economic Surveys، Better Life Index،France،2011.

(3) CIA World Factbook، France Economy Profile ، 19 July، 2012.

من حيث الحياة بها وأكثرها ارتفاعا لمستوى معيشة أفرادها وتعطي نقاط على كل معيار ثم تقوم بتجميع النتيجة النهائية وترتيب الدول بناءا على ذلك. وبناءا على هذه المعايير حصلت فرنسا **(عام 2011) على رصيد (82) نقطة** وجاءت في المركز الرابع على مستوى العالم من ناحية الشعوب الأفضل معيشة خلف الولايات المتحدة (المتصدرة للترتيب) ونيوزيلندا ومالطا ومتقدمة على الخامسة "موناكو"، وكانت فرنسا قد احتكرت الترتيب الأول في التصنيف المشار إليه **لمدة خمس سنوات متتالية (2006–2010).**

**جدول(25) أفضل 5 دول في تصنيف مستويات المعيشة العالمية2011**

| الدولة | تكاليف المعيشة | الثقافة والترفيه | الاقتصاد | البيئة | الحريات | الصحة | البنية التحتية | المخاطر والسلامة | المناخ | النتيجة النهائية | الترتيب |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| أمركا | 76 | 87 | 100 | 51 | 100 | 90 | 100 | 100 | 85 | 86 | 1 |
| نيوزيلندا | 69 | 92 | 59 | 67 | 100 | 91 | 65 | 100 | 84 | 76 | 2 |
| مالطا | 68 | 94 | 62 | 72 | 100 | 83 | 61 | 93 | 100 | 76 | 3 |
| **فرنسا** | **58** | **100** | **65** | **75** | **100** | **100** | **55** | **100** | **88** | **75** | **4** |
| موناكو | 47 | 73 | 96 | 45 | 92 | 68 | 90 | 100 | 90 | 75 | 5 |

**Source: International Living، Magazine، Quality of Life Index،2011.**

ويوضح الجدول السابق(25) مدى تميز فرنسا وتفردها في عدة جوانب أساسية هامة وحيوية لتحقيق رغد ورفاهية وأمان المعيشة، حيث تحصلت على الدرجة النهائية "100" في المقاييس الخاصة بالثقافة والترفيه–الحريات– الصحة – المخاطر والسلامة.

## 4- التغيرات التعليمية والثقافية Educational&Cultural Changes:

كان من نتيجة تناقص الأيدي العاملة اليدوية في العقود الأخيرة، أن فضل أصحاب العمل"في فرنسا" الاستعانة بقوى عاملة ذات مستوى تعليمي أفضل، ولذلك فإن تخريج طلاب المدارس العليا يعتبر من مؤشرات استعداد الدولة لتهيئة طلابها لمواجهة أدنى المتطلبات داخل سوق العمل. وفي فرنسا ،70**% من البالغين بين عامي 25–64 نالوا شهادة المدارس العليا، وهذا المعدل قريب من معدل منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "74%"**، وهذا المعدل "الخاص بفرنسا" ينطبق على الرجال بشكل أكبر قليلا من النساء، باعتبار أن نسبة 71% من الرجال أنهوا بنجاح تعليمهم في المدارس العليا مقارنة بنسبة 69% من النساء. أما الفئات الأصغر عمرا – وهي مؤشر أفضل لمستقبل الدولة– فإن **نسبة 84% من الفئات بين 25–34 عاما تحصلوا على شهادة المدارس العليا ، أعلى من معدل دول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "81%".**

ويتوقع الفرنسيون هنا قضاء نحو 17 عاما من التعليم بين العمرين 15-39 بالتساوي مع معدل دول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية، وهذا المستوى التعليمي المتوقع يجسد أداء فرنسا الجيد في منح التعليم للفئات العمرية بين 25-34 عاما.

معدلات القراءة والكتابة بشكل اجمالي في فرنسا ( **الشخص المتعلم في فرنسا هو من يجيد مهارات القراءة والكتابة فوق سن الخامسة عشر)** تطورت إلى أن وصلت إلى حدها النهائي (100%) بحسب احصائيات مؤسسة ليجاتوم **(Legatum 2009)** بشكل يضع فرنسا في قمة الدول الرائدة تعليميا في العالم. وقد بلغت نسبة الانفاق العام على التعليم في فرنسا- وفقا لتقديرات البنك الدولي **(World Bank 2010 )-** نحو **10.38% عام 2009** من جملة المصروفات الحكومية.

وفيما يتعلق بالتغيرات الثقافية، فهي متطورة وسريعة في فرنسا، وليس أدل على ذلك من تسجيل فرنسا للمعدل النهائي"100%" في التصنيف العالمي الخاص بالثقافة والترفيه **(جدول25)،** ومما ساعد على اثراء الحياة الثقافية في فرنسا هو قوة الأنظمة التعليمية التي وصلت بمعدلات التعليم "القراءة والكتابة فوق سن 15 عام" إلى الدرجة النهائية "100%"، وساعد على ذلك التطور الثقافي أيضا جملة مختلفة من التحولات التكنولوجية والسياسية والاقتصادية (وجود قدرة شرائية كبيرة على اقتناء الكتب) في فرنسا. وفي فرنسا، نسبة القراءة مرتفعة جدا مقارنة مع البلدان العربية والولايات المتحدة الأميركية. إذ أن القراءة في فرنسا جزء من نمط الحياة اليومي، وهي تشكل حيزا هاما من الاهتمامات الاجتماعية. بالفعل، ويوجب الاندماج في المجتمع الفرنسي الاطلاع على آخر الاصدارات الأدبية والفكرية، وذلك لأن الفكر هو من أهم العوامل التي أثرت على تحولات التاريخ الفرنسي. وبالفعل، أسس الشعب الفرنسي تاريخه إنطلاقا من حركة فكرية كما حصل في الثورة الفرنسية. **ولم يتوصل الانترنت، أكبر منافس للكتاب في عصرنا، الى القضاء على القراءة في فرنسا** ، إذ أن الفرنسيون حافظوا على علاقتهم الرومانسية بالكتاب. وترتبط نسبة القراءة في فرنسا بالمناطق، الأعمار، الحياة المهنية، المستوى الأكاديمي والجنس[1].

والشعب الفرنسي من الشعوب المعروفة بحبها وعشقها الكبير للسفر والسياحة، خاصة تلك الأنماط من السفر ذات الدوافع الثقافية والعلمية "زيارة متاحف ومعابد ومكتبات علمية...الخ". ووفق تقرير منظمة السياحة العالمية "2012" أنفق السائحون الفرنسيون نحو 41.7بليون دولار أمريكي في

(1) منيرة أبو زيد، الأوربي يقرأ 35 كتابا و80 عربيا يقرأون كتابا واحدا ، مقالة، جريدة السفير اللبنانية 4-12-2009.

الخارج ،مما يضع فرنسا في الترتيب الخامس عالميا بخصوص هذا الشأن. وفي فرنسا نسبة 80% من السكان يستخدمون وسيلة الإنترنت عام 2010 ، أي 51 مليون مواطن، بشكل يضعها في المرتبة التاسعة عالميا. (الاتحاد الدولي للاتصالات –2010).

**5- التغيرات الصحية Health Changes:**

تسجل المؤشرات الصحية حدوث تغيرات إيجابية فيما يتعلق بالصحة العامة لسكان فرنسا، وهذه هي أهم المؤشرات المسجلة:

- متوسط الحياة المتوقع عند الولادة في فرنسا بلغ 81 عام "أعلى من معدل دول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والبالغ 80 عام"، متوسط عمر المرأة يكون 85 عام مقارنة بمتوسط الرجل الذي يبلغ 78عام.
- متوسط العمر المرتفع يكون بصفة عامة مقترن بتزايد الانفاق على الرعاية الصحية لكل شخص. فالانفاق العام على الصحة بلغ نحو 11.8% من اجمالي الدخل القومي في فرنسا.
- تم تقرير أن نحو 68% من الفرنسيين أبدوا رضاؤهم عن مستواهم الصحي عند اجابتهم على هذا السؤال "**كيف تكون صحتك بشكل عام**"، وهذه الاجابات تكون مؤشر جيد لمستقبل الرعاية الصحية للمواطنين. وتختلف النسبة هنا وفقا للنوع (71% للرجال – 67% للنساء"[1].
- مؤشرات الصحة الأساسية في فرنسا تكون جيدة، فمعدلات وفيات الأطفال هي ضمن أقل 12 معدل في العالم، 5% فقط من السكان يعانون من سؤ التغذية **undernourished** ومعدلات التطعيم ضد أمراض الأطفال والحصبة بلغت 99%–90% على التوالي.
- حالات الاصابة بأمراض السل تكون منخفضة "**الترتيب 11 عالميا**" والحالات المسجلة بأمراض الجهاز التنفسي تشكل ثالث أقل معدل عالميا، وفي فرنسا هناك فرص جيدة للحصول على خدمات صرف صحي متطورة، كما أن 86% من المواطنين الفرنسيين يكونوا راضيين عن جودة المياه[2].

---

(1) OECD، France 2011،Op،Cit.

(2) The 2011 Legatum Prosperity Index "Report on France"،Legatum Institute،2011.

**6- تغيرات الهجرة Migration Changes :**

تتعلق الهجرة هنا بوجهين رئيسيين:

- **الأول: هجرة الفرنسيين للخارج.**
- **الثاني: الهجرة إلى داخل فرنسا.**

**فيما يتعلق بالوجه الأول** "هجرة الفرنسيين للخارج" فهو بدأ من عدة قرون مضت ،وبصفة خاصة من القرن الخامس عشر إلى القرن التاسع عشر، حيث توجهت أعداد كبيرة من الفرنسيين لاكتشاف العالم الجديد والاستيطان داخل المستعمرات التي كانت تتبع الإمبراطورية الفرنسية مثل أكاديا في كندا ولويزيانا في أمريكا وأنشأوا أيضا مستعمرات جديدة لهم مثل مستوطنة الكايب في جنوب أفريقيا، كما هاجرت أعداد كبيرة من الفرنسيين للاستيطان في الإمبراطورية النمساوية المجرية مع حلول القرن السابع عشر. أما الهجرات الفرنسية للخارج في العصر الحديث فترجع إلى جزء كبير منها لأسباب اقتصادية وعرقية ، على سبيل المثال، في أعقاب الأزمة الاقتصادية في فرنسا وانتشار معدلات البطالة توجهت أعداد كبيرة من الشباب الفرنسي للعمل في عدة مناطق من العالم. كما ارتبطت التحولات بهجرة الفرنسيين للخارج بأسباب عرقية دينية مثل هجرة اليهود الفرنسيين إلى إسرائيل. ومنذ انشاء دولة اسرائيل في ايار/مايو 1948، هاجر أكثر من ثلاثة ملايين شخص الى اسرائيل، منهم حوالي المليون من الاتحاد السوفياتي السابق منذ 1990، واكثر من 90 الفا من فرنسا (1).

**وفيما يتعلق بالوجه الثاني** "الهجرة إلى فرنسا" ، فلقد حدث بها تطورات كبيرة، حيث قدر معهد الاحصاءات الأوربي Eurostat أن **هناك 7.2 مليون مهاجر مولود من أصل أجنبي يعيشون في فرنسا(عام2012) أي نحو 11.1 % من اجمالي عدد السكان،** ومن ضمن هؤلاء نجد 5.1 مليون (7.8%) ولدوا خارج دول الاتحاد الأوربي، 2.1 مليون (3.3%) ولدوا في دول أخرى أعضاء في الاتحاد الأوربي. وكان من ضمن 802.000 مولود جديد في فرنسا الحضرية في عام 2010 نحو نسبة 27.3% مولود لأب واحد أجنبي على الأقل ، ونحو نسبة الربع(23.9%) مولود لأب أجنبي ولد خارج حدود قارة أوربا. وبادماج الأجداد هنا، نجد أن حوالي 40% من المولودين الجدد في فرنسا بين عامي 2006–2008 لهم على الأقل أحد الأجداد من ذو أصول أجنبية

(1) تراجع هجرة يهود فرنسا في إسرائيل في 2012 رغم"معاداة السامية"، جريدة إيلاف، مقالة، الأربعاء 10 أكتوبر –2012.

(11% مولود في دولة أوربية أخرى،16% مولود في المغرب و12% مولود في أقاليم أخرى من العالم)[1].

**جدول(26): أهم المؤشرات الديموغرافية المختلفة في فرنسا**

| الدولة | نسبة النمو السكاني 2012 | معدلات الخصوبة الكلية"طفل لكل إمرأة" 2012 | متوسط العمر الكلي بالسنوات 2012 | معدل التمدن 2012 | مستوى دخل المواطن الفرنسي 2011"دولار أمريكي" | معدلات البطالة 2012 | نسبة العاملين بين 15-64عام 2011 | معدلات القراءة والكتابة 2011 | عدد أسرة المستفشيات لكل ألف شخص 2011 | عدد الأشخاص المهاجرين داخل فرنسا 2012 بالمليون |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| فرنسا | %0.5 | 2.8 | 81 | %86 | 44.007 | %10 | %64 | %100 | 7 | 7.2 |

**المصدر: احصائيات سابقة**

**فلنستنتج إذا**

- **النمو السكاني المستمر في فرنسا** سوف يؤدي بشكل تلقائي لحدوث رواج لعملية الطلب السياحي الدولى، والتزايد المستمر لنسبة كبار السن وارتفاع متوسط الأعمار في فرنسا سوف يعني تكثيف الطلب السياحي من جانب هذه الفئات.
- **التغيرات الاقتصادية المتسارعة في فرنسا** سوف تلقي بظلالها على تزايد الاقبال على منتجات الفخامة **Luxury** وتلك المنتجات السياحية المتعلقة بتلبية الرغبات الشخصية ***ad hoc***، فضلا عن طلب تلك المنتجات المتعلقة بالتسوق في المراكز التجارية الشهيرة في العالم مثل سنغافورة ودبي.
- **التغيرات العلمية الملحوظة في فرنسا** سوف تضمن بصورة كبيرة اقبال الفرنسيين حاليا ومستقبلا على تلك التصنيفات المتعلقة بالسياحة العلمية والسياحة الجيولوجية "على سبيل المثال "، كما أن تميز الفرنسيين الكبير والمستمر ثقافيا وحرصهم المستمر على القراءة كجزء من نمط الحياة اليومية ، فضلا عن زيادة استخدامهم لوسائل التكنولوجيا الحديثة مثل الإنترنت ، فإن ذلك سوف يعني إمكانية تزايد اقبال الفرنسيين على تصنيفات السياحة الثقافية"التي يشتهر الفرنسيون بالخروج فيها"، مثل الاشتراك في سياحة المهرجانات والمعارض الفنية وزيارة المعابد والمتاحف....الخ.
- **ارتفاع مستويات الصحة العامة** في فرنسا من خلال ارتفاع متوسط الأعمار وتراجع معدلات التدخين وانخفاض معدلات وفيات الاطفال، فإن كل ذلك سوف يترك تأثير

(1) Immigration to France،Wikipedia،the free encyclopedia، Accessed on:22-10-2012.

ملحوظ على الطلب السياحي الدولي من خلال زيادة معدلات وفترات الطلب السياحي الدولي من جانب فئات معينة " خاصة كبار السن" والاشتراك في أنشطة سياحية مختلفة.

- **حركات الهجرة الدولية الكبيرة** التي شهدتها ولاتزال تشهدها فرنسا "سواء الهجرة منها أو إليها" سوف تلقى بآثارها الملموسة على حركة الطلب السياحي الدولي "الصادر والوافد معا" بشكل لايقبل الجدال، ، وسوف تنشط هنا على وجه الخصوص سياحة زيارة الأصدقاء والأقارب **VRF** بالاضافة إلى سياحة الحنين **Nostalgia Tourism.**

## ثانيا: التغيرات الديموغرافية في إيطاليا:

### 1- التغيرات السكانية Population Changes:

أ- **النمو السكاني Population Growth:** بلغ عدد سكان إيطاليا وفقا لأخر احصائية (2012) نحو 61.2 مليون نسمة، مشكلة إيطاليا بذلك الدولة الثالثة والعشرين عالميا من حيث كبر حجم السكان، ويستعرض جدول(27) معدل نمو سكان إيطاليا من عام 2000 حتى 2012:

**جدول(27): معدل نمو سكان إيطاليا المئوي (2000–2012)**

| الدولة | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| إيطاليا | 0.9 | 0.7 | 0.5 | 0.11 | 0.9 | 0.7 | 0.4 | 0.1 | 0.2− | 0.5− | 0.8− | 0.42 | 0.38 |

**Source: CIA World Factbook (2012)**

ويوضح الجدول السابق مدى تناقص معدل نمو سكان إيطاليا المئوي بشكل ملحوظ بين عامي 2000– 2010 من 0،9% عام 2000 إلى –0،8% عام 2010 وذلك قبل أن يتزايد بشكل كبير عام 2011 حيث بلغ 0،42%، ثم يتناقص بشكل طفيف إلى 0،38% عام 2012.

ب- **معدلات الخصوبة Fertility Rates:** كانت معدلات الخصوبة والمواليد مرتفعة في إيطاليا حتى سنوات السبعينات ، وذلك قبل أن تنخفض بشكل مدهش بعد ذلك متسببة في تقادم أعمار السكان بشكل متسارع، ومع نهاية العقد الأول من القرن الحالي"الواحد والعشرون" كان هناك مواطن إيطالي واحد من كل خمسة مواطنين يتعدى عمره 65 عام، ولكن مع وجود معدلات هجرة مكثفة لإيطاليا في العقدين الأخيرين، فقد شهدت إيطاليا تزايدا كبيرا في معدلات المواليد في السنوات الأخيرة. ولقد قفزت معدلات الخصوبة من أقل مستوياتها عام 1995 "**1.18 طفل لكل إمرأة**" **لتصل إلى 1.41 عام 2008**. ومن المتوقع أن تصل **معدلات الخصوبة**

**الكلية TFR** إلى مابين 1.6-1.8 عام 2030. ويستعرض جدول (28) معدلات الخصوبة الكلية في إيطاليا من عام 2000 حتى 2012:

**جدول(28): معدلات الخصوبة الكلية في إيطاليا (2000-2012)**

| الدولة | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| إيطاليا | 1.18 | 1.18 | 1.19 | 1.26 | 1.27 | 1.28 | 1.28 | 1.29 | 1.3 | 1.31 | 1.32 | 1.39 | 1.4 |

**Source: CIA World Factbook(2012)**

ج- **متوسط العمر المتوقع Life Expectancy** : إيطاليا "مثل فرنسا" من الدول التي تتسم بارتفاع مستويات الرعاية الصحية وانخفاض معدلات وفيات الرضع بصفة خاصة **(3.36 حالة وفاة لكل ألف رضيع- 3.56 ذكر/ 3.14 أنثى)** وانخفاض معدل الوفيات بشكل عام (9.93 **لكل ألف مواطن حسب تقديرات يوليو 2011**[1]). نسبة السكان فوق عمر 65 عاما تبلغ 20.3% ، وعلى ذلك فإن إيطاليا تكون الثانية في أوربا بعد ألمانيا من حيث ارتفاع نسبة كبار السن[(2)]. ويوضح الجدول التالي (جدول29) تقدير **هذا المتوسط المتزايد** مع التوقعات ( من عام 1985حتى عام 2030):

**جدول (29): متوسط العمر المتوقع في إيطاليا (مع التوقعات)1985-2030**

| السنة | الكل | ذكر | أنثى |
|---|---|---|---|
| 1990-1985 | 76.3 | 72.9 | 79.5 |
| 1995-1990 | 77.4 | 74.0 | 80.7 |
| 2000-1995 | 78.7 | 75.4 | 81.8 |
| 2005-2000 | 80.2 | 77.2 | 83.1 |
| 2010-2005 | 81.2 | 78.1 | 84.1 |
| 2015-2010 | 81.6 | 78.6 | 84.6 |
| 2020-2015 | 82.2 | 79.2 | 85.2 |
| 2025-2020 | 82.8 | 79.8 | 85.7 |
| 2030-2025 | 83.3 | 80.3 | 86.3 |

**Source: Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat،** ***World Population Prospects:The 2008 Revisions ،2009.***

(1) CIA World Fact Book "2012".

(2) Euro Challenge Programme، Italy 2012،Report،2012.

د- **التمركز السكاني Population Location:** الكثافة السكانية في إيطاليا هي الخامسة في الاتحاد الأوروبي بمقدار 199.2 نسمة لكل كم2. وتسجل أعلى كثافة في شمال إيطاليا كما أن ثلث البلاد يحتوي على ما يقرب من نصف مجموع السكان. وبعد الحرب العالمية الثانية تمتعت إيطاليا بفترة طويلة من الازدهار الاقتصادي الأمر الذي تسبب في نزوح كثيف من الريف إلى المدن وفي نفس الوقت تحولت البلاد من بلد هجرة واسعة إلى بلد مستقبل للمهاجرين. ويوضح الجدول التالي (30) توزيع السكان في إيطاليا بين عامي 2000-2025 "مع التوقعات":

**جدول(30): توزيع سكان إيطاليا بين الريف والحضر مع التوقعات (2000-2025)**

| المؤشر | 2000 | 2005 | 2010 | 2015 | 2020 | 2025 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| سكان الريف"مليون" | 18.679 | 19.017 | 19.243 | 18.911 | 18.218 | 17.316 |
| سكان الحضر"مليون" | 38.307 | 39.655 | 41.308 | 42.330 | 43.072 | 43.799 |
| نسبة الحضر المئوية | 67.2 | 67.6 | 68.2 | 69.1 | 70.3 | 71.7 |

**Source: Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat، *World Population Prospects:The 2011 evisions*، *2012.***

**ونلاحظ من جدول"30" مايلي:**

1- ارتفاع عدد سكان الريف من 18.679 مليون عام 2000 إلى 243،19 مليون عام 2010، ويقابل ذلك زيادة أكبر في عدد سكان الحضر من 307،38 مليون عام 2000 إلى 41.308 مليون عام 2010.

2- التوقعات تشير إلى انخفاض عدد سكان الريف من 243،19 مليون عام2010،إلى 911،18 مليون عام 2015، بينما تشير نفس التوقعات إلى ارتفاع عدد سكان الحضر في نفس الفترة من 308،41 مليون إلى 330،42 مليون على التوالي.

2- نسبة الحضر المئوية إزدادت من 2،67% من مجموع السكان عام 2000، إلى 68.2% عام 2010، ويتوقع لها الإزدياد المستمر حتى تصل إلى: 3،70% عام 2020- 71.7% عام 2025.

## 3- التغيرات الاقتصادية Economic Changes:

تمتلك إيطاليا اقتصادا رأسماليا ببنية تحتية متطورة وحصة مرتفعة من نصيب الفرد من اجمالي الناتج المحلي، ووفقا لصندوق النقد الدولي امتلكت إيطاليا في عام 2008 سابع أكبر اقتصاد في العالم والرابع في أوروبا ( **وفقا لاحصائيات دولية: الثامن عالميا والرابع أيضا أوربيا عام 2011)**. إيطاليا هي عضو في مجموعة الدول الثماني الصناعية الكبرى والاتحاد الأوروبي ومنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية . تحولت إيطاليا في فترة ما بعد الحرب من اقتصاد ضعيف يعتمد على الزراعة متضرر بشدة بنتائج الحرب إلى واحدة من دول العالم الصناعية الكبرى ودولة رائدة في التجارة العالمية والصادرات حيث أنه في عام 1987 تجاوز الاقتصاد الايطالي نظيره البريطاني في الناتج المحلي الاجمالي (الأسمي) وهو الحدث المعروف باسم "ال سورباسو" **Il**[1] **Surpasso**. ووفقا لتوقعات المجلس الأوربي "سبتمبر 2012" ،فإن النمو الاقتصادي يتوقع أن يكون −1.4% في عام 2012 مع تحسن المؤشر بنسبة +0.4% في 2013[2]. وفيما يلي توضيح لبعض الحقائق الخاصة بالتحولات الاقتصادية في حياة الأفراد في إيطاليا:

- متوسط دخل الشخص العادي في إيطاليا يبلغ 23.917 دولار أمريكي في السنة، وهو أعلى من متوسط منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "387،22 دولار أمريكي سنويا"، ولكن هناك فجوة ملحوظة بين الأغنياء والفقراء، حيث أن معدلات دخول أغنى نسبة20% من السكان أعلى من معدلات دخول أفقر نسبة 20% من السكان بحوالي خمسة أضعاف **(8.714−48.972 دولار)**
- فيما يتعلق بالعمالة، 57% من السكان بين 15−64 عام يملكون وظيفة مدفوعة الأجر، بينهم نسبة 68% من الرجال، 46% من النساء. ويعمل الأشخاص في إيطاليا **لفترة 1778 ساعة سنويا** ،أي أكبر من متوسط منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "**1749 ساعة**".
- 5% تقريبا من الموظفين يعملون لساعات طويلة جدا ، بينهم نسبة 7% من الرجال، 2% من النساء.
- نسبة 7% من المشتغلين بالوظائف في إيطاليا يعملون بعقود 6 أشهر أو أقل، وهذا يوضح أن إيطاليا"مثل فرنسا" نجحت في تأسيس وتشجيع عقود العمل المفتوحة[3].
- بلغ متوسط الناتج المحلي الإسمي لكل مواطن ايطالي نحو 36.111 دولار أمريكي عام 2011 في المرتبة السابعة والعشرين عالميا وفقا لتقديرات البنك الدولي ( **World Bank 2011)**، بينما بلغ 33.125 دولار أمريكي عام 2012 في المرتبة السادسة والعشرين عالميا وفقا لتقديرات صندوق النقد الدولي (**IMF2012)**.

(1) الملتقى الاقتصادي العراقي الايطالي الأول 2012، تقرير"لماذا إيطاليا"،26 يونيو 2012.
(2) Euro Challenge‹Op‹ Cit.
(3) OECD Economic Surveys‹ Better Life Index‹Italy 2011.

- يبلغ عدد أفراد القوى العاملة في إيطاليا بشكل اجمالي نحو 25.08 مليون عامل(تقديرات 2011) بينهم نسبة 3.9% يعملون في الزراعة، 28.3% في الصناعة و67.8% يعملون في قطاع الخدمات (تقديرات 2011)[1].
- وفقا لتقرير مجلة Newsweek، عن تنامي الثروات العالمية وأعداد المليونيرات، جاءت إيطاليا سادسة بعدد 300 ألف مليونير عام 2010 بزيادة قدرها نحو 7.6%[2]. **ووفقا لتقرير موقع worldlistmania**، جاءت إيطاليا سادسة أيضا بنفس العدد السابق.

**4- <u>التغيرات الاجتماعية Social Changes</u>:**

تغيرت عادات الإيطاليين الاجتماعية والحياة اليومية بشكل عميق منذ الحرب العالمية الثانية وتحولت البلاد من مجتمع تقليدي للغاية قائم على الزراعة إلى مجتمع تقدمي وحديث. ووفقا لبعض الدراسات الاستقصائية، فإن الإيطاليين بشكل عام راضون للغاية عن العلاقات الاجتماعية والأسرية والرعاية الصحية والحياة اليومية وعلاقات الصداقة، ولكنهم يجدون الوضع الاقتصادي وفرص العثور على عمل عموما أقل إرضاء وخصوصا في أجزاء من جنوب إيطاليا التي تعاني من بطالة مرتفعة نسبيا[3]. وفيما يتعلق بالاسكان،أحد المؤشرات الهامة لتحقيق مستوى معيشة مرضي، فلقد أوضح نسبة 92% من الايطاليين خلال المسح الخاص الذي أجرته منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية **OECD** عام 2011 أنهم راضين عن حالة الاسكان في الوقت الراهن، وهذه النسبة أعلى من نسبة منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والبالغة 87%، ويبلغ متوسط غرف المنازل المتاحة لكل شخص في إيطاليا نحو 1.4 غرفة[4].

هذا، وقد جاءت إيطاليا في الترتيب الحادي عشر، من خلال التقرير السنوي الذي تصدره مجلة**(international living)** ، المعروض سابقا في حالة دولة فرنسا، والذي يقيس مستوى المعيشة في194دولة على مستوى العالم ، **بعدد نقاط كلي**"**73**" وذلك متأخرة عن اليابان العاشرة، المملكة المتحدة التاسعة، النمسا الثامنة،ومتقدمة على أندورا الثانية عشر وأستراليا الثالثة عشر (جدول31).

(1) CIA World Factbook،، Italy Economy Profile ، 19 July، 2012.
(2) Businessweek Magazine، Venessa Wong، Countries with the Most Millionaires 2010، Report،2010.
(3) الملتقى الاقتصادي العراقي الايطالي، مرجع سابق.
(4) OECD Economic Surveys"Italy"،Op،Cit.

جدول(31): تصنيف مستويات المعيشة العالمية 2011"إيطاليا حادية عشر"

| الدولة | تكاليف المعيشة | الثقافة والترفيه | الاقتصاد | البيئة | الحريات | الصحة | البنية التحتية | المخاطر والسلامة | المناخ | النتيجة النهائية | الترتيب |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| النمسا | 58 | 95 | 60 | 75 | 100 | 94 | 68 | 100 | 76 | 74 | 8 |
| بريطانيا | 60 | 78 | 72 | 69 | 100 | 82 | 71 | 100 | 84 | 74 | 9 |
| اليابان | 61 | 81 | 70 | 66 | 92 | 100 | 61 | 100 | 84 | 74 | 10 |
| **إيطاليا** | **54** | **97** | **60** | **67** | **92** | **90** | **60** | **100** | **88** | **73** | **11** |
| أندورا | 61 | 82 | 63 | 45 | 100 | 86 | 61 | 100 | 83 | 73 | 12 |
| أستراليا | 55 | 83 | 66 | 55 | 100 | 82 | 61 | 100 | 94 | 73 | 13 |

**Source: International Living، Magazine، Quality of Life Index،2011.**

## 5- التغيرات التعليمية والثقافية Educational&Cultural Changes:

التعليم العام في إيطاليا مجاني والزامي للأولاد الذين تتراوح أعمارهم بين 6 و 14 سنة، تمتد المرحلة الابتدائية على مدار خمس سنوات، والمرحلة الثانوية لمدة ثمانى سنوات والتي تنقسم بدورها إلى المرحلة الأولى (المرحلة المتوسطة) والمرحلة الثانية (أو المدرسة الثانوية)، وتمتلك إيطاليا معايير تعليم عامة عالية متجاوزة البلدان الأخرى المتقدمة القابلة للمقارنة مثل المملكة المتحدة وألمانيا، ويوجد في البلاد قطاعين تعليم (عام وخاص)[1]، وفيما يلي أهم التحولات للمواطنين في إيطاليا في مجال التعليم:-

- نسبة التسجيل في التعليم عالية جدا في إيطاليا حيث تبلغ 98% بالنسبة للتعليم الابتدائي، 101% للتعليم الثانوي و67% للتعليم الثانوي العالي، مما يضع إيطاليا في مصاف أعلى 30 دولة في العالم وفقا لهذه المؤشرات.
- سجل الطلاب في إيطاليا وفقا لتقييم البرنامج الدولي لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية معدل "486 نقطة" في مهارات القراءة والمهارات الحسابية والعلمية، أي أقل من معدل منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "497-600"، وقد تفوق الإناث على الذكور بمعدل

(1) الملتقى الاقتصادي العراقي الايطالي ، مرجع سابق.

11نقطة ، أي أكثر من الفجوة المسجلة داخل منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية "9نقاط"[1].

- زادت نسبة الشباب المتحصلين على شهادة التعليم الثانوي في إيطاليا"ولكن أقل من معدل منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية" ، بينما 70.3% من الشباب بين 25-34 عام التحقوا بالتعليم مابعد الثانوي "أقل أيضا من معدل المنظمة البالغ 81.5%"[2].
- معدلات القراءة والكتابة في إيطاليا " بحسب احصائيات **مؤسسة ليجاتوم Legatum 2009** " وصلت إلى مستوى عالي جدا (99% عام 2009). كما زادت "وفقا لمنظمة OECD" المصروفات المنفقة على طلاب التعليمين الثانوي العالي وبعد الثانوي بشكل بسيط منذ عام 2000.

**وبالنسبة للتغيرات الثقافية في إيطاليا،** فهي متسارعة أيضا لعدة عوامل وأسباب هامة، نستطيع أن نوجزها من خلال النقاط الرئيسية التالية:-

- خصوصية الشعب الإيطالي الثقافية العالية من خلال مجالات الفنون والأدب والطعام.....الخ، بشكل أدى ويؤدي دائما إلى تزايد شعبية الإيطاليين في العالم وخاصة مع تزامن ذلك مع تزايد اقامة المهرجانات والمعارض الفنية والسياحية المختلفة في إيطاليا بشكل يبرز بوضوح أهم جوانب الحياة الثقافية الإيطالية ويدعم ثقافة الإيطاليين وتفهمهم لثقافات العالم المختلفة وزيادة رغبتهم في السفر للاطلاع على ثقافات هذه الشعوب المختلفة.
- تقدم وسائل الاعلام والمطبوعات المختلفة بشكل متسارع في إيطاليا أدى إلى إبراز الحياة الثقافية الايطالية بشكل أكبر، كما أن التكنولوجيا أدت إلى اثراء ثقافة الايطاليين بشكل بارز، وفي إيطاليا **يوجد حوالي 32 مليون مستخدم لشبكة الإنترنت عام 2010، وهي بذلك الثالثة عشر عالميا** (الاتحاد الدولي للإتصالات 2010).
- ارتفاع المستويات التعليمية بسبب زيادة الانفاق على التعليم وماتبع ذلك من زيادة الحصول على العمل والدخل أدى إلى تزايد القوة الشرائية للإيطاليين للحصول على الكتب والمطبوعات العلمية المختلفة والسفر للخارج لأهداف تتعلق بالحصول على الثقافة والمعرفة.

---

(1) OECD Economic Surveys"Italy"،Op،Cit.
(2) Educacation at a Glance 2011،OECD Indicators،Country Note-Italy، Report، OECD،2011.

- مركز إيطاليا السياحي المتميز من حيث استقبالها للسياحة الوافدة ( **46.1 مليون سائح عام 2011 بحسب منظمة السياحة العالمية)** أدى إلى اثراء الحياة الثقافية للإيطاليين بشكل متسارع في السنوات الأخيرة مع تزايد وصول السياحة الدولية ذات الثقافات المختلفة لإيطاليا مع ماهو معروف من تلك التأثيرات الثقافية التي تفرضها السياحة الوافدة على ثقافات الشعوب خاصة إذا ما توافدت السياحة هنا بأعداد كثيفة كما هو الحال مع إيطاليا **( الخامسة عالميا في استقبال السياحة الدولية عام 2011).**
- يعتبر السفر من الثقافات الموروثة لدى الإيطاليين منذ العهد الخاص بالدولة الرومانية وفي العصور الحديثة مع هجرات الإيطاليين للعالم الجديد...الخ، ووفق تقرير منظمة السياحة العالمية، فقد أنفق السائحون الإيطاليون عام 2011 نحو 28.7بليون دولار أمريكي في الخارج على السياحة الدولية. وتأتي إيطاليا بذلك الثامنة عالميا (تقرير منظمة السياحة العالمية–2012).

**6- <u>التغيرات الصحية Health Changes</u>:**

نستعرض من خلال النقاط التالية أهم المؤشرات الحديثة المتعلقة بحياة الإيطاليين الصحية:

- متوسط الحياة المتوقع عند الولادة في إيطاليا بلغ 82 عام "أعلى من معدل دول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية والبالغ 80 عام"، متوسط عمر المرأة يكون 85 عام مقارنة بمتوسط الرجل الذي يبلغ 79عام.
- متوسط الانفاق العام على الصحة في إيطاليا بلغ 9.5% من اجمالي الناتج القومي، بينما متوسط الانفاق لكل شخص بلغ 2870 دولار أمريكي ( أقل من متوسط منظمة OECD البالغ 9.7%،3060 دولار أمريكي على التوالي). وقد ارتفع مستوى الانفاق الصحي لكل شخص في إيطاليا من عام 2000 حتى 2008 بمعدل 1.9% سنويا.
- معدلات التدخين بين البالغين في إيطاليا انخفضت من 27،8% عام 1990 إلى 22.4% عام 2011 ، أقل من معدل منظمة OECD والبالغ 23.3%. بينما معدلات السمنة في إيطاليا تكون منخفضة، قياسا بباقي دولة المنظمة، ولكنها عالية جدا بين الأطفال، حيث يوجد طفل من بين كل ثلاثة أطفال يعاني من السمنة. وبشكل عام، يوجد شخص واحد سمين من بين كل عشرة أشخاص في إيطاليا، وذلك أقل كثيرا من معدل منظمة OECD والبالغ شخص واحد لكل ستة أشخاص[1].

---

(1) OECD Economic Surveys"Italy"،Op،Cit.

- معدل الإيطاليين الراضين عن مستوى جودة المياه بلغ عام 2010 نحو 81%، فيما يكون تسعة مواطنين من كل 10 مقتنعين بالظروف البيئية[1].

**7- تغيرات الهجرة Migration Changes:**

تتعلق الهجرة هنا بوجهين رئيسيين:

- **الأول: هجرة الايطاليين للخارج.**
- **الثاني: الهجرة إلى داخل إيطاليا.**

**فيما يتعلق بالجانب الأول "هجرة الإيطاليين للخارج"**، فمن المعروف أن إيطاليا هي أرض للهجرة، وأن آخر موجات الهجرة الكبيرة من البلاد كانت قد جرت في أعوام الستينات . وكان الإيطاليون يهاجرون إلى الخارج بحثا عن العمل ولتحسين شروط حياتهم على خلاف ماكانوا يعانونه في إيطاليا. ولعند اليوم تستمر الهجرة من البلاد. والذين يهاجرون هم في غالبيتهم من الشبيبة من ذوي الإعداد الثقافي والعلمي الجيد من الذين لم يستطيعوا الحصول على عمل ينسجم وتخصصهم في إيطاليا، بينما في الخارج يجدون طلبا كبيرا . البعض يطلق على ذلك " هروب الأدمغة"[2]، وأهم التجمعات للمهاجرين الإيطاليين حاليا في الخارج كل من كندا وأمريكا"والتي قد هاجر إليها أعداد كبيرة من الإيطاليين مع نهايات القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين للبحث عن فرص أفضل للحياة ولاتزال مستمرة إلى الوقت الحاضر ولنفس الأسباب" ، كما ازدادت في الآونة الأخيرة هجرة الإيطاليين لقارة أسيا للبحث أيضا عن فرص أفضل للحياة والعمل، وأظهرت احصائية أجريت مؤخرا أن "الإيطاليين المهاجرين إلى آسيا يقترب عددهم من 38 ألفا"، مشيرة إلى أنها "هجرة حديثة جدا نظرا لكون أكثر من 43٪ من المهاجرين لا تعود اقاماتهم إلى أكثر من خمس سنوات" وفق المعطيات [3] .

**وفيما يتعلق بالجانب الثاني "الهجرة إلى داخل إيطاليا"**، فبعد الحرب العالمية الثانية تمتعت إيطاليا بفترة طويلة من الازدهار الاقتصادي الأمر الذي تسبب في نزوح كثيف من الريف إلى المدن وفي نفس الوقت تحولت البلاد من بلد هجرة واسعة إلى بلد مستقبل للمهاجرين.

ومنذ توسيع الاتحاد الأوروبي بدأت الهجرة تتزايد من الدول الأوروبية المجاورة وخاصة أوروبا الشرقية وآسيا على نحو متزايد مستبدلة بذلك شمال أفريقيا كمصدر رئيسي للهجرة. ويوجد

---

(1) The 2011 Legatum Prosperity Index "Report on Italy"،Op،cit.

(2) http://www.immiweb.org/arabo/index.php،Accessed on: 25-10-2012.

(3) وكالة (آكي) الايطالية للأنباء:37 ألف مهاجر إيطالي في الصين والهند، مقالة، 18 يناير 2010.

ما يقرب من 950،000 من الرومانيين منهم 10% من الغجر في البلاد مسجلين رسميا ليحلوا بذلك محل الألبان والمغاربة كأكبر الأقليات العرقية. ويصعب تقدير عدد الرومانيين غير المسجلين لكن شبكة تقارير تحقيقات البلقان قدرت أعدادهم في عام 2007 بنحو نصف مليون أو أكثر.

واعتباراً من عام 2009، وزعت المواليد الحديثة الأجنبية في البلاد في المجموعات التالية: أوروبيون (53.5%)، أفارقة (22.3%)، آسيويون (15.8%)، أبناء الأمريكتين (8.1%)، أوقيانيسيون (0.06%). ويعتبر توزيع المواليد الأجانب في إيطاليا غير متكافئ إلى حد كبير حيث يعيش 87.3% من المهاجرين في الأجزاء الشمالية والوسطى من البلاد (المناطق الأكثر نموا من الناحية الاقتصادية) بينما 12.8% فقط يعيشون في النصف الجنوبي من شبه الجزيرة[1].

ويتتبع الجدول التالي(جدول32) توزيع التصنيفات العرقية في إيطاليا عام 2009:

**جدول(32) : توزيع الأقليات العرقية في إيطاليا(2009)**

| الأصل | تعداد السكان | النسبة المئوية من التعداد الكلي |
|---|---|---|
| طليان | 56.153.773 | %93.52 |
| رومانيون | 796.477 | %1.32 |
| شمال أفريقيون | 606.556 | %1.01 |
| ألبان | 441.396 | %0.73 |
| صينيون | 170.265 | %0.28 |
| أوكرانيون | 153.998 | %0.26 |
| أسيويون(من غير الصينيين) | 445.795 | %0.74 |
| أمريكيون لاتينيون | 298.860 | %0.50 |
| أفارقة من جنوب الصحراء الكبري | 264.570 | %0.44 |
| أخرون | 713.378 | %1.19 |
| *النسبة من تعداد السكان الكلي لإيطاليا في الأول من يناير 2009 | | |

**المصدر: إيطاليا، ويكيبيديا،الموسوعة الحرة.**

(1) إيطاليا، ويكيبيديا ، الموسوعة الحرة، مرور: 25-10-2012.

جدول(33): أهم المؤشرات الديموغرافية المختلفة في إيطاليا

| الدولة | نسبة النمو السكاني 2012 | معدلات الخصوبة الكلية"طفل لكل إمرأة" 2012 | متوسط العمر الكلي بالسنوات 2012 | معدل التمدن 2010 | مستوى دخل المواطن الايطالي 2011"دولار أمريكي" | معدلات البطالة 2012 | نسبة العاملين بين 15– 64عام 2011 | معدلات القراءة والكتابة 2009 | عدد أسرة المستفشيات لكل ألف شخص 2011 | عدد الأشخاص المهاجرين داخل إيطاليا 2010 بالمليون |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| إيطاليا | %0.38 | 1.4 | 82 | %68.2 | 36.267 | %10 | %57 | %99 | 4 | 000،4.279 |

المصدر: احصائيات سابقة.

## فلنستنتج إذا

- **النمو السكاني المتسارع أخيرا** في ايطاليا سوف يؤدي إلى تكثيف وتنوع حجم الطلب السياحي الدولي الصادر من الدولة مع تركز ملحوظ في سفر كبار الأعمار نتيجة ارتفاع متوسطات الأعمار في الدولة.
- **التغيرات الاقتصادية الايجابية الملحوظة** في ايطاليا سوف تدفع بتنامي الطلب السياحي المتعلق بمنتجات الفخامة ومزيد من الاقبال على منتجات السياحة الترفيهية وسياحة المغامرات.
- **التغيرات العلمية الملحوظة** في ايطاليا سوف تضمن المزيد من اقبال الايطاليين على منتجات السياحة العلمية والجيولوجية ، فضلا عن مزيد من الاقبال على منتجات السياحة الثقافية " مشاهدة المهرجانات والمعارض المختلفة".
- **التغيرات الصحية الايجابية** في ايطاليا سوف تترك تأثيرا كبيرا على خروج السائحين الايطاليين "خاصة كبار السن" للاشتراك في أنشطة سياحية مختلفة مثل سياحة المنتجعات الصحية والسياحة العلاجية.
- **حركات الهجرة الدولية الكبيرة** ووجود أقليات عرقية كبيرة متنوعة داخل ايطاليا سوف تدفع إلى تنشيط ذلك الطلب المتعلق بسياحة الحنين وسياحة زيارة الأصدقاء والأقارب في الخارج وعمل زيارات متعلقة بسياحة التسوق داخل أوطان المهاجرين الأصلية "خارج ايطاليا".

## خاتمة الفصل الثاني:

استعرض الفصل الثاني في بدايته تلك التغيرات العالمية المتعلقة بالتقسيمات الديموغرافية المختلفة، ومن ثم عرض التأثيرات المتوقعة بفعل هذه التغيرات المختلفة على عملية الطلب السياحي الدولي، ثم تطرق الفصل إلى معرفة مدى تأثير هذه التغيرات السابقة المشار إليها على ظهور أنماط سياحية حديثة، وأخيرا ختم الفصل أبوابه بتطبيق هذه التغيرات الديموغرافية على دولتين من دول الطلب السياحي الرئيسي في أوربا الغربية (فرنسا–إيطاليا)، حيث تم عرض بعض البيانات الحديثة المتوفرة عن العناصر والتغيرات الديموغرافية المختلفة في هاتين الدولتين، ومن ثم تم عمل استنتاجات سياحية بخصوص تأثير هذه التغيرات السابقة على عملية الطلب السياحي الدولي مع عرض الأنماط السياحية الجديدة المتوقع ظهورها جراء ذلك الأمر. وفيما يتعلق بالاجابة على التساؤلات المطروحة في بداية الفصل وهي: –

- **هل لهذه التغيرات الديموغرافية العالمية تأثير بارز وملحوظ على حجم وطبيعة الطلب السياحي الدولي؟**
- **في حالة وجود هذا التأثير، ماهي أبرز هذه التغيرات ؟**
- **هل لهذه التغيرات دور في ظهور أنماط سياحية جديدة؟**

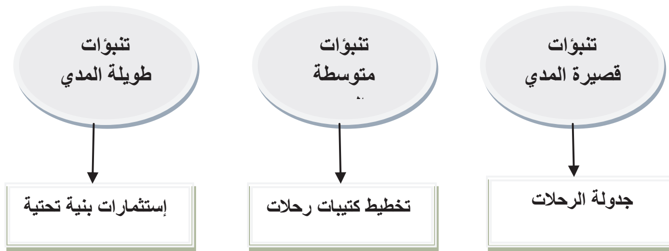
الاجابة على التساؤل الأول وضحها إلى حد كبير المبحث الأول بالفصل الثاني ، فتلك التغيرات السكانية المختلفة والتغيرات التعليمية والثقافية والصحية والاجتماعية وتغيرات الهجرة لم تكن لتمر دون ترك تأثير واضح على عملية الطلب السياحي الدولي" كما تم عرضه" ، وفيما يتعلق بالاجابة على التساؤل الثاني "**أبرز التقسيمات المتعلقة بالتغيرات الديموغرافية السابقة**"، فهناك بعض المؤشرات التي تدعم التغيرات الاقتصادية والتعليمية، ولكن الاجابة على هذا التساؤل لن تبدو بكونها واضحة جدا قبل الحديث بشكل أكثر دقة عن تأثير هذه التغيرات الديموغرافية في المستقبل على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي ( الفصل الثالث)، وأيضا قبل الخوض في الجانب الخاص بتطبيق مفاهيم الدراسة النظرية "على مصر" في الفصل الرابع. أخيرا، فإن هذه التغيرات (الاجابة على السؤال الثالث) قد أعادت تشكيل طبيعة الطلب السياحي الدولي في بعض الأحيان من حيث ظهور أنماط سياحية جديدة وحديثة غير مألوفة من قبل، كما هو الحال مع **سياحة الحنين** التي فرضتها التغيرات المتعلقة بحركة الهجرة الدولية، أو **سياحة التسوق** التي فرضتها التغيرات الاقتصادية والاجتماعية.....الخ.

# الفصل الثالث
# التغيرات الديموغرافية العالمية المستقبلية والتنبؤ بالطلب السياحي الدولي- التحديات

## أولا: التنبؤ بالطلب السياحى الدولى فى ضؤ التغيرات الديموغرافية العالمية:

### مقدمة:

تعتبر التنبؤات الدقيقة بالطلب السياحي من الأمور الأساسية لوجود تخطيط فعال للقطاعات المختلفة في صناعة السياحة، ودقة التنبؤ تكون هامة بشكل خاص للمجال السياحي باعتبار أن المنتج السياحي يكون قابل للفناء، فخطوط الطيران الفارغة، مقاعد السفينة والحافلة والمطاعم، سيارات الأجرة الغير مستغلة، شقق الإيجار، غرف سفينة الرحلات، برامج الإجازات الشاملة وتسهيلات الترفيه السياحية من غير الممكن تخزينها، فمتى يتم فقد أي عملية بيع محتملة، فإن ذلك يكون بشكل نهائي. الأفق الزمنية المختلفة الخاصة بعملية التنبؤ بالطلب السياحي تكون مرتبطة بعملية صنع القرار، على سبيل المثال: تلك **التنبؤات القصيرة المدى** تكون مطلوبة لعملية جدولة الرحلات، **التنبؤات المتوسطة المدى** مطلوبة لتخطيط الكتيبات الخاصة بالرحلات الشاملة، بينما **التنبؤات الطويلة المدى** تناسب الإستثمارات في الطيران والفنادق والبنية التحتية. وبالتالي تعتمد مبادئ العمل هنا على تلك الأفق الزمنية الخاصة بهذه التنبؤات[1]. شكل(8) يصور ذلك:




**شكل(8) تخطيط الأفق الزمنية الخاصة بتنبؤات الطلب السياحي**

**المصدر: إعداد المؤلف**

(1) Forecasting Future Tourism Flow، Hotemule، Hospitality and Tourism Industry Portal، Paper، Mar 12-2010، P1.

## أهمية وأهداف التنبؤ بالطلب السياحي:

تحتاج كل الصناعات إلى تقليل الخطر المتعلق بصناعة القرارات، وذلك يشمل تقليل تلك الفرص المتعلقة بفشل هذه القرارات في تنفيذ الأهداف المطلوبة، وهذه الحاجة من الممكن أن تكون أكثر إلحاحا في صناعة السياحة، قياسا بالصناعات الأخرى ذات المنتجات المختلفة، لعدة أسباب أهمها أن المنتج السياحي يكون عرضة للفناء **Perishable** (غير قابل للتخزين) وبسبب ذلك التلازم التام بين الأشخاص وعمليتي الانتاج والاستهلاك، كما أن الطلب الخاص بالسياحة يتميز بالحساسية المفرطة لتلك الكوارث الطبيعية والمادية، وكذلك العرض السياحي يحتاج إلى إستثمارات كبيرة وطويلة المدى للمباني والتجهيزات والبنية التحتية.

والتنبؤ بالطلب السياحي من الممكن أن يكون مفيد للمسوقين وكافة المدراء في تقليل مخاطر القرارات المتعلقة بالمستقبل، **فيستخدم المسوقين داخل القطاع السياحي التنبؤ بالطلب ، على سبيل المثال، من أجل مايلي:-**

1- تحديد أهداف التسويق، سواء كانت أهداف إستراتيجية أو خاصة بالخطة التسويقية السنوية.

2- اكتشاف أسواق محتملة.

3- وضع تصور لتأثير الأحداث المستقبلية على الطلب السياحي.

**بينما يقوم المدراء باستخدام التنبؤ بالطلب السياحي لما يلي:**

1- تحديد وتقرير المتطلبات الخاصة بالتشغيل مثل التوظيف- التجهيزات- القدرات الاستيعابية.

2- دراسة مدى جدوى المشروعات ، على سبيل المثال: الجدوى المادية من بناء برج جديد أو تطوير مطعم معين ليشمل بناء حديقة خاصة بالترفيه **Theme Park**.

**فيما يستخدم المخططون والوكالات الحكومية التنبؤ بالطلب السياحي لما يلي:-**

1- التنبؤ بالتأثيرات الاقتصادية والثقافية الاجتماعية والبيئية التي يحدثها الزوار "السائحين".

2- تقييم الأثر المحتمل للسياسات التنظيمية، مثل تلك المتعلقة بتنظيم الأسعار.

3- وضع تصور لحجم الإيرادات السياحية العامة لغرض عملية الموازنة المالية.

4- التأكد من وجود قدرات استيعابية وبنية تحتية ملائمة بما في ذلك المطارات وخطوط السكك الحديدية، الكباري والطرق السريعة، الطاقة وتجهيزات المياه[1].

---

(1) Course Title، Tourism Demand Forecasting، Paper، Course Code:TM442.

**<u>ارتباط التنبؤ بالطلب السياحي الدولى بالتغيرات الديموغرافية:</u>**

بيانات الطلب السياحي التي تقوم بجمعها الهيئات والمنظمات المختلفة المحلية والدولية تعتبر من الأهمية بمكان بحيث أنها من الممكن أن تقرر حجم وشكل الطلب السياحي في المستقبل وفقا لعدة محددات حاسمة لعل من أبرزها تلك المحددات والتغيرات الديموغرافية المختلفة والتي لها دور الحسم في تقرير شكل الطلب السياحي الدولي حاضرا ومستقبلا باعتبار أنها تتعلق بخصائص المستهلكين"السائحين" الشخصية والتي تنعكس في صورة ردود أفعال وسلوك يتعلق بعملية الاستهلاك السياحي، وهذه الخصائص المختلفة "البشرية – الاقتصادية– الثقافية– الصحية...الخ" تكون هامة جدا لمخططي ومسوقي القطاع السياحي في مقصد سياحي معين عند التعامل مع أي أسواق سياحية محتملة من حيث تحديد والتنبؤ بتلك الشرائح الاستهلاكية المختلفة التي يمكن أن تخلق أو تكون عملية الطلب السياحي داخل هذا المقصد.

## <u>أولاً: تأثير التغيرات السكانية العالمية المستقبلية على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي:-</u>

نعرض فيما يلي، من خلال نقاط رئيسية، أهم الحقائق العالمية بخصوص التغيرات السكانية المختلفة وتأثيرها المباشر على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي:

1- يتوقع أن يرتفع عدد سكان العالم من عدد 7 بليون نسمة عام 2011 ليصل إلى نحو 9.1 بليون نسمة عام 2050 **(تقديرات الأمم المتحدة 2011)**، ويوضح الجدول التالي (جدول34) المؤشرات الرئيسية بخصوص هذا الشأن:

**جدول(34): الإتجاهات السكانية الرئيسية في العالم (مع التوقعات)**

| | العالم | الدول المتقدمة | الدول الأقل تقدما |
|---|---|---|---|
| السكان " بالمليون" | 1950 - 2529<br>2008 - 6829<br>2050 – 9150 | 812<br>1233<br>1275 | 1717<br>3014<br>5596 |
| النسبة المئوية من اجمالي السكان | 1950 - 100<br>2008 – 100<br>2050 – 100 | 32.1<br>18.1<br>13.9 | 67.9<br>81.9<br>86.1 |

**Source: United Nation World Population(2009)**

وهذه البيانات السابقة، والتي تتوقع تجاوز حجم سكان العالم 9 بليون نسمة عام 2050، سوف تستلزم حدوث رواج في حركة الطلب السياحي الدولي وارتفاعه إلى مؤشرات أعلى كثير من حجمه عام 2011 (**983 مليون سائح وفق تقديرات منظمة السياحة العالمية)**، ويمكن تأكيد ذلك من خلال تتبع النمو السكاني في السنوات القليلة السابقة والذي كان يتبعه بالضرورة نمو في حركة الطلب السياحي الدولي ماعدا سنة الأزمة الاقتصادية 2009 وانخفاض عدد السائحين من 913 مليون عام 2008 إلى 877 مليون عام 2009 قبل أن يعاود ارتفاعه عام 2010 إلى 935 مليون سائح ( منظمة السياحة العالمية). **فعلى سبيل المثال: عام2000 كان تعداد سكان العالم نحو6.1 بليون نسمة وعدد السائحين الدوليين في نفس العام 674 مليون سائح، في عام 2005 زاد عدد سكان العالم إلى 6.5 بليون نسمة وتزامن ذلك مع زيادة عدد السائحين الدوليين إلى 799 مليون سائح، بينما عام 2011 وصل عدد السكان في العالم إلى نحو 7 بليون نسمة قابله أيضا زيادة في أعداد السائحين الدوليين بلغت 983 مليون سائح. وعلى ذلك يتوقع حدوث نمو كبير في حركة الطلب السياحي الدولي قدرته منظمة السياحة الدولية ليصل إلى نحو 1.8 بليون سائح عام 2030 في نفس العام الذي يتوقع أن يتجاوز فيه عدد السكان في العالم عدد 8 بليون نسمة "جدول35".**

**جدول(35): مقارنة أعداد سكان العالم بأعداد السائحين "مع التوقعات"**

| السنة | عدد سكان العالم"بليون" | عدد السائحين"مليون" |
|---|---|---|
| 2000 | 6.1 | 674 |
| 2005 | 6.5 | 799 |
| 2011 | 7 | 983 |
| 2030 | 8 | 1800 |

**المصدر: بيانات الأمم المتحدة ومنظمة السياحة العالمية**

النسبة المئوية لاجمالي سكان الدول المتقدمة يتوقع لها أن تبلغ عام 2050 معدل 13.9% مقابل 86.1% لسكان الدول النامية ، **وذلك سوف يعني تسارع وتيرة نمو الطلب السياحي الدولي ولكن بشكل بطئ أو أبطأ في الدول المتقدمة والتي تزيد فيها معدلات النمو السكاني بشكل بطئ (كما يوضح جدول34)، في نفس الوقت الذي يتوقع فيه أن تزيد معدلات الطلب السياحي الدولي بشكل أكبر في الدول النامية والتي ترتفع معدلات النمو السكاني فيها بشكل كبير (كما يوضح أيضا جدول34 :من 3014 مليون نسمة عام 2008 إلى 5596**

**مليون عام 2050)** ، ويصدق ذلك بصفة خاصة مع تزايد معدلات نمو الاقتصاديات الناشئة مثل الهند والصين والبرازيل. وهنا يتوقع أن يكون هناك اقبال كبير على كافة المنتجات والأنماط السياحية المختلفة لكافة الأعمار والمستويات والأذواق.

2- تتزايد أعمار المجتمعات حول العالم، فبحلول عام 2030، يتوقع أن تتعدى أعمار نسبة 20% من سكان العالم مستوى 55 عام (طبقا لتقديرات الأمم المتحدة)، ويتغاير متوسط العمر المتوقع بين الأقاليم المختلفة، فيبلغ أعلى مستوياته في تلك الأقاليم المتقدمة ، ويتزايد في النمو في دول الاقتصاديات الناشئة حيث تزايد معدلات الثراء يؤدي لتطوير الحالة الصحية للمواطنين. في عام 1950، 8% فقط من السكان تعدت أعمارهم الستين عاما، وفي عام 2010 زادت هذه النسبة إلى 11%، بينما يتوقع أن تبلغ 22% عام 2050، وهذا يعني أنه ،على مستوى العالم، سوف يكون هناك أكثر من 2 بليون شخص تتعدى أعمارهم الستين عام 2050. وعلى العكس من ذلك، في الأربعين سنة القادمة سوف ينخفض عدد صغار السن أقل من 15عام من 1.86 بليون عام 2010 إلى 1.8 بليون عام 2050. وبالتالي، 20% فقط من اجمالي عدد السكان سوف تنخفض أعمارهم عن سن الخامسة عشر[1].

**جدول(36): متوسط العمر المتوقع في العالم(مع التوقعات)**

| | العالم | الدول المتقدمة | الدول الأقل تقدما |
|---|---|---|---|
| متوسط العمر المتوقع عند الولادة "بالسنوات" | 6،46-1950 | 66.1 | 41.1 |
| | 67.6-2008 | 77.1 | 65.6 |
| | 75.5-2050 | 82.2 | 74.3 |

**Source: United Nation World Population(2009)**

3- فيما يتعلق بمعدلات التحضر العالمي **Global Urbanization**،فإن ذلك التزايد المستمر لعدد سكان الحضر مصحوبا بالاعلان عن تزايد نمو سكان الريف سوف ينجم عنه تزايد معدل التمدن بشكل مستمر، أي تزايد نصيب السكان المقيمين في المناطق الحضرية. وعلى المستوى العالمي، فمن المتوقع أن يرتفع مستوى التحضر من نسبة 52% عام 2011 إلى 67% عام 2050 **(جدول37)**، والذي يشير أيضا إلى أن الأقاليم الأكثر تقدما يتوقع أن

(1) Ian Yeoman"and others"،Tourism and demography،Op،Cit،P4.

يزداد معدل التحضر فيها من 77% إلى 85% في نفس الفترة المذكورة، بينما الأقاليم الأقل تقدما سوف يزداد معدل التحضر فيها من 46% عام 2011 إلى 64% عام 2050[1]

**جدول (37): نسبة التحضر وفقاً للمنطقة (1950-2050)**

| المنطقة | نسبة سكان الحضر المئوية | | | | | معدل التمدن المئوي | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 1950 | 1970 | 2011 | 2030 | 2050 | 1950-1970 | 1970-2011 | 2011-2030 | 2030-2050 |
| العالم | 29.4 | 36.6 | 52.1 | 59.9 | 67.2 | 1.9 | 0.86 | 0.74 | 0.57 |
| أقاليم أكثر تقدما | 54.5 | 66.6 | 77.7 | 82.1 | 85.9 | 1.01 | 0.38 | 0.29 | 0.23 |
| أقاليم أقل تقدما | 17.6 | 25.3 | 46.5 | 55.8 | 64.1 | 1.81 | 1.48 | 0.95 | 0.69 |

**Source: Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat،*World Urbanization Prospect: The 2011 Revision*،P4.**

إن تزايد ظاهرة التحضر في العالم قد يكون له مدلول هام فيما يتعلق بالتنبؤ بالطلب السياحي الدولي من خلال هذه النقاط التالية:-

- في الوقت الذي يتزايد فيه التمدن حول كافة أرجاء العالم والتوقعات بزيادته المستمرة، "أمريكا الشمالية 85% عام 2030، أمريكا اللاتينية والكاريبي 83% نفس العام السابق، أوربا 77% نفس العام أيضا، وكذلك أسيا وأفريقيا :55%،47% على التوالي"، **(تقديرات الأمم المتحدة 2011)** فإن ذلك سوف يحمل معه وجود توقعات بشأن التنبؤ بوجود طلب سياحي أكثر كثافة وتنوع من جانب سكان الحضر في تلك الأقاليم المذكورة مع وجود تسهيلات وإمكانيات أكبر.
- سكان الحضر في أفريقيا وأسيا وأوربا **(خاصة الدول الاقتصادية الناشئة في أسيا ودول أوربا النامية)**، مع زيادتهم المذكورة، سوف يكون لهم ميل أكبر، مع توسع فرص الحياة والعمل، للانتقال إلى الأسواق الأوربية المتقدمة حيث وجود فرص نادرة لعمل السياحة الخاصة بالتسوق ومشاهدة المناظر الغير تقليدية بالاضافة إلى ممارسة أنشطة سياحية أخرى هامة مثل سياحة الاستجمام والترفيه.
- مع اكتظاظ المدن بالسكان وتزايد ضغوط العمل واستخدام التكنولوجيا، فإن سكان الحضر **(خاصة الدول الأوربية المتقدمة)** يتوقع لهم الانتقال من هذه الأماكن الصاخبة والرغبة في الحصول على منتجات الطبيعة والريف،أي الاقبال بشكل أكبر على السياحة الطبيعية، الريفية والأيكولوجية والانتقال إلى أماكن بعيدة وغابات في أسيا وأفريقيا.

---

(1) Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat، World Urbanization Prospect، Report: The 2011 Revision،P4.

- زيادة سكان الحضر مصحوبا بتقدم وسائل التقنية والتكنولوجيا الحديثة في المناطق المدنية، سوف يعني تنامي الطلب السياحي الإلكتروني وزيادة معدلات حجز وشراء الرحلات السياحية من خلال وسائل الإنترنت.

4- **ارتفاع متوسط الأعمار** وصغر أحجام الأسرة"خاصة في العالم الغربي المتقدم" سوف يؤدي إلى أن تصبح أشكال الأسرة عمودية أكثر من كونها أفقية الشكل، ونظراً لأنه سوف يكون هناك أجداد أكثر وأكبر في العمر وأطفال أقل، فإن ذلك سوف ينعكس على تمتع الأجداد بأوقات أفضل مع أحفادهم، ولقد إنعكست حقيقة أن هناك أعمار أطول من السابق على وجود أجيال أكثر داخل الأسرة الواحدة، ولأن البشر يعيشون"وسوف يعيشون" أكثر ويتمتعون بمستويات صحية أفضل، **فمن الطبيعي للأسرة في الوقت الحاضر"ومستقبليا" أن تتكون من ثلاثة، أربعة وحتى خمسة أجيال.** ويدعم هذه الظاهرة تناقص معدلات المواليد بشكل أدى إلى تناقص أحجام الأسر ووجود أخوة وأبناء عمومة وأخوال وأعمام أقل قياسا بالأجيال السابقة.

وفي الوقت الحاضر، نجد أن هناك مجموعات أكبر من البشر بين 45–55 عام تجد نفسها في مواجهة مسئولية رعاية مزدوجة **dual care responsibility**، تحديدا أمام الصغار المراهقين والأباء الكبار، ومن المحتمل أن تجد هذه المجموعات نفسها في المستقبل أمام وجود أسرة مكونة من خمسة أجيال: **الأجداد الكبار في سنوات التسعينات من أعمارهم، الأجداد "الأصغر" في سنوات السبعينات من أعمارهم، الأباء في سنوات الخمسينات وأطفالهم في سنوات الثلاثينات، بالاضافة إلى الأحفاد في مرحلة الدراسة الابتدائية.**

وبالتالي هنا، سوف يتمتع الأجداد بأوقات فراغ أكبر، بينما يعاني الأباء من تزايد تعقيدات الحياة، وسوف يظهر اتجاه جديد"في السفر" وهو يتعلق بقضاء الأجداد والأحفاد لإجازاتهم سوية، وهذا ما يطلق عليه "في أدبيات السفر" **grandtravel** والذي يعتبر وفقا للكاتب **Curry** أكثر اتجاهات السفر تسارعا في مجتمعات القرن الواحد والعشرين[1]. وعلى ذلك، فمع تعقد مسئوليات ومهام الأباء في المستقبل مع تعدد أجيال الأسرة، فسوف يحدث تحول في أشكال السفر والطلب السياحي المحلي والدولي يتعلق بتفضيل سفر الأجداد مع الأحفاد للحصول على المتعة من خلال الاقبال على أنواع السياحة المختلفة الترفيهية والترويحية مثل سياحة الشواطئ وسياحة المصايف وسياحة التنزه...الخ.

(1) Ian Yoeman ‹Op‹Cit‹P11.

كما سوف يتنامي دور الأفراد المستقلين **Singletons** في المستقبل "خاصة في الدول المتقدمة" بسبب تأخر سن الزواج عن الماضي وانتشار ظاهرة الطلاق وانحلال وتفسخ التقاليد الاجتماعية، وهؤلاء الأفراد المستقلين سوف يكون لهم حاجات مختلفة في السفر عن هؤلاء المسافرين في أشكال زوجية أو في مجموعات، حيث يتمتعوا بشئ ما من المرونة لأنهم غير مقيدين بمسألة اختيار الإجازة التي تروق لباقي أعضاء الأسرة أو المجموعة، وذلك سوف يجعل مجالات الاختيار مفتوحة أمامهم، وذلك سوف يعني أيضا أن حاجات هؤلاء الأفراد سوف تكون أكبر فيما يتعلق بعدة متطلبات محددة مثل عنصر الأمان واختيار إجازات أكثر روعة وتحدي(1).

5- **التركيبة الجنسية للسكان sex structure of population** من الأمور الهامة جدا عند تحليل السوق السياحي، وعلى الرغم هنا من عدم وجود اختلافات رئيسية ،إلا أنها تظهر في كل حال من الأحوال، ففي المجموعات الصغيرة السن، تسود نسبة الذكور تقريبا بمعدل1-2% فيما عدا الصين"تقريبا" حيث يكون المعدل 12%، بينما في المجموعات كبيرة السن أكبر من 64 عام تسود تلك النسبة المتعلقة بالإناث، وأكبر الأمثلة على ذلك، بسبب ارتفاع متوسط الأعمار، يكون إيطاليا ، حيث معدل الإناث فوق مستوى ذلك العمر"64" يزيد على ضعف معدل الرجال، بحيث يعني ذلك وجود نحو 205.8 إمرأة لكل 100 رجل. وفي دول أوربا الغربية يكون المتوسط 140 إمرأة لكل 100 رجل(2). ومنذ عام 1950، تمتعت النساء بمتوسطات عمر متوقعة عند الولادة أكبر كثيرا من الرجال. ففي الدول الأكثر تقدما ارتفع متوسط العمر المتوقع للنساء عند الولادة من 69 عام سنة 1950 إلى 89 عام سنة 2009، بينما ارتفع نظيره عند الرجال من 64 عام إلى 74 عام، فالرجال ،على مستوى العالم ككل، يتعرضون لمعدلات وفيات أعلى وحالات عجز أكبر قياسا بالنساء، وفي كل دولة تقريبا يتوفى الرجال عند أعمار أصغر من النساء(3). ونظرا هنا لتوقع استمرار تجاوز متوسطات أعمار النساء عند الولادة للرجال في المستقبل **(74 عام للنساء مقابل 69 للرجال عام2030- مكتب السكان بالأمم المتحدة)**، ونظرا أيضا لتجاوز نسبة عدد النساء في العالم للرجال مؤخرا **(52% حسب تقديرات الأمم المتحدة 2010)**، فإنه من المتوقع في العقود القادمة أن تزيد

---

(1) Ibid،P10.

(2) Mijalce Gjorgievski،Op،Cit،P54.

(3) World Population Highlights،2009 World Population Data Sheet، Report، Jason Bremner، Carl Haub، Marlene Lee ، Mark Mather ، and Eric Zuehlke،Vol.64،No.3،September 2009،P8.

نسبة اقبال النساء على الطلب السياحي الدولي، والمشاركة في أنشطة السفر والسياحة المختلفة سوف تزداد بدورها، وهنا سوف تقبل النساء على طلب الأنشطة السياحية المختلفة التي تتفق مع ميولهن ورغباتهن.

## ثانياً: تأثير تغير معدلات الخصوبة العالمية المستقبلية على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي:

فيما يلي نستعرض أهم الملاحظات حول مستويات الخصوبة العالمية وتوقعها في المستقبل:

1- على الرغم من وجود عدة دول تساهم بنصيب كبير في النمو السكاني ومعدلات الخصوبة العالية، فإن هذه الدول لاتشكل سوى 2% من اجمالي السكان في العالم في الوقت الحالي (2010) ومن المتوقع أن تشكل 4% فقط من اجمالي سكان العالم بحلول عام 2050. الدول التي تتراوح معدلات الخصوبة فيها مابين 4–6 أطفال لكل إمرأة تشكل نحو 13% فقط من جملة سكان العالم في الوقت الحالي (2010).

2- في عام 2008 ، استقرت نسبة41% من سكان العالم في الدول النامية بمعدلات خصوبة تراوحت مابين 2.1–4 أطفال لكل إمرأة، وبحلول الفترة 2045–2050، 147 دولة من ضمنها عدة دول نامية سوف تنخفض معدلات الخصوبة فيها عن **معدل الإحلال Replacement Level** (2.1 طفل لكل إمرأة). وخلال هذه الفترة، سوف يستقر نحو 77% من سكان العالم في دول تكون فيها معدلات الخصوبة دون معدل الإحلال.

3- هناك عدة دول متقدمة سجلت معدلات خصوبة أقل من مستويات معدل الإحلال ، وفي الوقت الحاضر تسجل جميع الدول المتقدمة مستويات خصوبة أقل من 2.1 طفل لكل إمرأة. وتسجل كل من البوسنة والهرسك، مالطا واليابان أقل معدلات خصوبة في العالم المتقدم في الوقت الحاضر حيث يبلغ المعدل 1.3 طفل لكل إمرأة **(الأمم المتحدة 2009)**.

4- تشير التوقعات العالمية خلال الفترة 2045–2050 إلى أن المتغير المتوسط للخصوبة الكلية سوف يبلغ 2.02 طفل لكل إمرأة، بحيث تكون في الدول المتقدمة 1.80 طفل لكل إمرأة وفي الدول النامية 2.05 طفل لكل إمرأة، وبالتالي، سوف تقل هنا الفجوات بين الدول المتقدمة والنامية، ولكن رغم ذلك، فإن الدول النامية سوف تحتفظ بتسجيل معدلات الخصوبة الأعلى.

5- من المتوقع أن يكون المتغير الأصغر"الحد الأدنى" للخصوبة الكلية 1.3 طفل لكل إمرأة في أكثر أقاليم العالم تقدما، بينما يبلغ 1.56 طفل لكل إمرأة في الأقاليم الأقل تقدما.

ويتوقع أن يبلغ المتغير الأكبر"الحد الأقصى" للخصوبة 2.30 طفل لكل إمرأة في أكثر الأقاليم تقدما ، 2.53 طفل لكل إمرأة في الأقاليم الأقل تقدما(1).

**جدول(38): اتجاهات السكان العالمية "معدلات الخصوبة" خلال الانتقال: التقديرات-التنبؤات 1700-2100**

| السنوات | متوسط الحياة المتوقع (بالسنوات عند الولادة) | معدلات الخصوبة الكلية (مولود لكل إمرأة) | حجم السكان (بالبليون) | معدل نمو السكان السنوي (بالمئة) |
|---|---|---|---|---|
| 1700 | 27 | 6.0 | 0.68 | 0.50 |
| 1800 | 27 | 6.0 | 0.98 | 0.51 |
| 1900 | 30 | 5.2 | 1.65 | 0.56 |
| 1950 | 47 | 5.0 | 2.52 | 1.80 |
| 2000 | 65 | 2.7 | 6.07 | 1.22 |
| 2050 | 74 | 2.0 | 8.92 | 0.33 |
| 2100 | 81 | 2.0 | 9.46 | 0.04 |

**Source: The Demographic Transition: Three Centuries of Fundamental Change، Lee، Ronald، The Journal of Economic Association، Volume 17،Number4 ،P168.**

والتنبؤ بالطلب السياحي الدولي سوف يرتكز لامحالة على تلك البيانات السابقة المعروضة من حيث شكل السفر أو أحجامه في المستقبل، انخفاض معدلات الخصوبة في الدول المتقدمة ( دول الطلب السياحي الرئيسية) إلى معدل 1.80 طفل لكل إمرأة في الفترة مابين 2045-2050 سوف يؤدي إلى مايلي:-

1- حياة أفضل لأفراد المجتمع وتشجيع فرص الحصول على مزايا أفضل اقتصادية واجتماعية وعلمية وثقافية بسبب تناقص المواليد "خاصة في العالم المتقدم"، وسوف تزداد فرص الحصول على العمل وتحسين مستويات الدخول الشخصية الأمر الذي ينعكس على وجود احتمالية أكبر لزيادة فرص القيام بطلب رحلات خاصة بالسياحة والسفر .

2- تناقص أحجام الأسرة في العالم الغربي المتقدم كنتيجة طبيعية لتناقص المواليد واتجاه الأسرة في هذه المجتمعات( كما سبق توضيحه) إلى الشكل العمودي، الأمر الذي يقتضي حدوث نمو ورواج أكبر لعملية الطلب السياحي الدولي بين الأسر والتي ستشعر

(1) Ian Yoeman ،Op،Cit،PP:6-7.

بحرية أكبر في الانتقال وطلب أنواع السياحة المختلفة ( مثال: سياحة التنزه والشواطئ وسياحة الإجازات) نتيجة لقلة عدد أفرداها وتعدد الأجيال المختلفة بها.

كما أن زيادة أحجام الأسر "خاصة في الدول النامية" مع تطور تقنيات التسويق السياحي وعمليات الدعاية والاعلان ووجود عروض سياحية ذات تفردات وتميزات أكبر، جنبا إلى جنب مع تقدم التقنية بشكل أكبر في العقود القادمة، فإن جميع ماسبق سوف يضمن حدوث تكثيف لحجم للطلب السياحي الدولي بين الأسر المختلفة في العالم النامي.

## ثالثاً: تأثير التغيرات الاقتصادية العالمية المستقبلية على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي:

### أهمية التوقعات الاقتصادية لمستقبل الطلب السياحي الدولي:

في تقرير حديث، تنبأ مركز التطوير التابع لمنظمة التعاون والتنمية الاقتصادية**OECD**[1] أنه بحلول عام 2030 سوف تساهم الاقتصاديات الغير تابعة لدول منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية بنحو 57% من اجمالي الناتج العالمي **Global GDP** صعودا من نسبة 40% عام 2000 **(OECD 2010)**، وهذا التحول الملحوظ يكون متوقع بسبب الديناميكية العالية التي يتمتع بها العالم النامي ،خاصة الهند والصين، بالترافق مع كبر أحجام سكانهما، وذلك سوف يعني أن مركز الثقل الاقتصادي العالمي سوف يتغير بشكل سريع مع كل مايتضمنه ذلك من اتباع سياسات اقتصادية معينة داخل محيط الاقتصاديات الكبيرة خاصة بادارة الموارد الطبيعية،التكنولوجيا، الزراعة وسياسات التنمية[2].

وفيما يلي أهم التوقعات بخصوص الوضع الاقتصادي العالمي عام 2050:

(1) تضم هذه المنظمة 34 دولة والتي تلتزم بسياسة اقتصاد السوق ومقرها عاصمة فرنسا باريس.

(2) Maddison's forecasts revisited: What will the world look like in 2030،Article،،Andrew Mold،24 October،2010.

1- من المتوقع أن يرتفع متوسط النمو العالمي نحو 3% مقارنة بنسبة 2% مسجلة في العقد الأول من القرن الحالي، وسوف تساهم الاقتصاديات الناشئة بنسبة نمو عالمي تبلغ ضعف مثيلها داخل اقتصاديات العالم المتقدم.

2- بحلول عام 2050، سوف يحقق العالم النامي نمو بمقدار خمسة أضعاف بشكل يمكنه من تجاوز العالم المتقدم.

3- سوف تحدث تطورات جوهرية داخل جدول التنافس العالمي بدخول اقتصاديات ناشئة أخرى تنتمي إلى: المكسيك، تركيا، اندونيسيا، مصر، ماليزيا، تايلاند، كولومبيا وفنزويلا.

4- الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، مع وجود توقعات ديموغرافية أفضل لهما، سوف يحافظان بنجاح على مركزهما العالمي الحالي.

5- الخاسر الأكبر هنا سوف يكون تلك الاقتصاديات الغنية، ذات الأحجام السكانية الصغيرة والأعمار المتقادمة، فكل من سويسرا وهولندا سوف يهبطان من القائمة بشكل ملحوظ، السويد، بلجيكا ،النمسا النرويج والدنمارك تهبط أيضا من قمة الثلاثين دولة.

6- **التغيرات الديموغرافية سوف تلقي بظلال دراماتيكية كبيرة حتى خارج أوربا،** فالقوة العاملة سوف ترتفع بمقدار 73% في السعودية وتنخفض بمقدار 37% في اليابان، وهذا ماتم تصويره بين تلك الدول المتفاوتة الثروات في قائمة أفضل 30 دولة.(1)

(1) The World in 2050‹Karen Ward‹HSBC‹Global Reasearch‹ Report‹ January 2011‹PP: 1-2.

**جدول(39): توقعات أفضل 20 دولة "اقتصاديا" عام 2050**

| الدولة في 2050 وفق المكانة | حجم الاقتصاد في 2050( بليون دولار) | تغير الترتيب بين الحاضر وعام 2050 | الدخل الشخصي (دولار أمريكي) | | السكان (بالمليون) |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | 2050 | 2010 | |
| 1- الصين | 24617 | 2 | 17372 | 2396 | 1417 |
| 2- أمريكا | 22270 | 1- | 55134 | 26354 | 404 |
| 3- الهند | 8165 | 5 | 5060 | 790 | 1614 |
| 4- اليابان | 6429 | 2- | 63244 | 39435 | 102 |
| 5- ألمانيا | 3714 | 1- | 52683 | 25083 | 71 |
| 6- بريطانيا | 3576 | 1- | 49412 | 27646 | 72 |
| 7- البرازيل | 2960 | 2 | 13547 | 4711 | 219 |
| 8- المكسيك | 2810 | 5 | 21793 | 6217 | 129 |
| 9- فرنسا | 2750 | 3- | 40643 | 23881 | 68 |
| 10- كندا | 2287 | 0 | 51485 | 26335 | 44 |
| 11- إيطاليا | 2194 | 4- | 38445 | 18703 | 57 |
| 12- تركيا | 2149 | 6 | 22063 | 5088 | 97 |
| 13- جنوب كوريا | 2056 | 2- | 46657 | 16463 | 44 |
| 14-أسبانيا | 1954 | 2- | 38111 | 15699 | 51 |
| 15- روسيا | 1878 | 2 | 16174 | 2934 | 116 |
| 16- اندونيسيا | 1502 | 5 | 5215 | 1178 | 288 |
| 17- أستراليا | 1480 | 3- | 51523 | 26244 | 29 |
| 18-الأرجنتين | 1477 | 2- | 29001 | 10517 | 51 |
| 19- مصر | 1165 | 16 | 8996 | 3002 | 130 |
| 20- ماليزيا | 1160 | 17 | 29247 | 5224 | 40 |

**Source: HSBC Calculations. "January 2011**

**ويشير الجدول السابق "جدول39" إلى عدة حقائق هامة:**

1- سوف تهيمن الصين على الاقتصاد العالمي عام 2050 ، مما يعني توفير فرص أفضل للطلب السياحي الدولي الصادر من هذه الدولة.

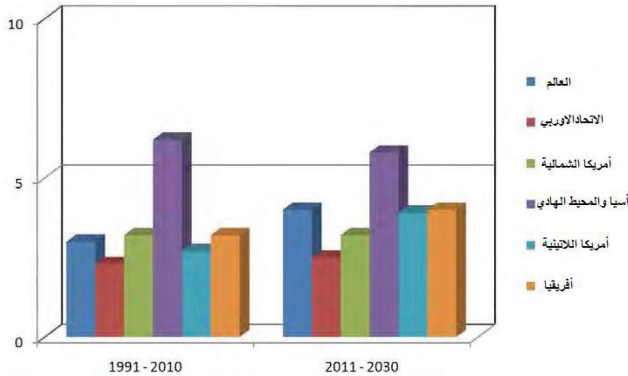
2- تحتل الهند مرتبة متقدمة، حيث تأتي الثالثة عالميا اقتصاديا عام 2050، وذلك سوف يعني أيضا (مع تزايد كثافة سكان هذه الدولة وحلولها الأولى عالميا بعدد سكان يبلغ

1614 مليون نسمة) توفير فرص أفضل للطلب السياحي الصادر منها وتنوع أحجام وكثافة هذا الطلب.

3- قد يساعد الازدهار الاقتصادي في عدة دول مثل إندونيسيا- الأرجنتين- مصر على زيادة مساهمتها في حركة السياحة الدولية الصادرة منها وتزايد نصيب انفاق مواطنيها على هذه الحركة.

4- الدول التي تتصدر حركة الانفاق السياحي الدولي في الخارج، مثل ألمانيا، إيطاليا،فرنسا وأمريكا توجد في القائمة السابقة، وذلك سوف يعني وجود فرص أكبر لمزيد من تدفق مواطني هذه الدول لطلب السياحة في الخارج.

ويوضح الشكل التالي (شكل9) تلك المؤشرات المتعلقة باجمالي الناتج المحلي لأقاليم العالم المختلفة في الفترة بين 1991–2010 ، والتوقعات المرتبطة بذلك خلال الفترة 2011–2030:




**شكل(9): اجمالي الناتج المحلي في أقاليم العالم بين الواقع (1991–2010) والتوقعات(2011–2030)**

**Source: Strategic Global Outlook 2030، Alexander A.Dynkin، Report، Moscow، Imemo Ran، 2011، P23.**

يوضح لنا شكل "9" تحقيق العالم لمعدلات نمو في الناتج الاجمالي في فترة التوقعات (2011–2030) أعلى من فترة الحاضر( 1991–2010)، وتتجه جميع أقاليم العالم إلى نمو ناتجها الاجمالي فيما عدا إقليم أسيا والمحيط الهادي والذي سوف يتعرض لانخفاض نسبي ولكن سوف يكون أفضل من جميع الأقاليم الأخرى . وهذا الشكل يدلل على امكانية وجود فرص أفضل في المستقبل للمواطنين داخل هذه الأقاليم للحصول على العمل وتحسين الدخول

الشخصية والتوصل إلى رغد ورفاهية الحياة الاقتصادية، وبالتالي الاشتراك في الأنشطة السياحية المختلفة.

ونستطيع هنا أن نضع بعض الاستخلاصات الهامة بخصوص التنبؤ بعملية الطلب السياحي الدولي على ضؤ ما سبق من بيانات:

1- سوف تشهد عملية الطلب السياحي الدولي رواج كبير بسبب تسارع النمو الاقتصادي في العالم بصفة عامة والأقاليم والدول المختلفة بصفة خاصة (ماعدا أجزاء معينة).

2- مواطنو الدول الناشئة اقتصاديا سوف يزداد اقبالهم على الطلب السياحي الدولي وخاصة تلك الرحلات السياحية المتعلقة بالسفر الطويل إلى أوربا **Long-Haul Travel**.

3- سوف يتوقع أن يزداد الاقبال من جانب مواطني الدول السابقة على تلك الأنواع المميزة من السياحة التي تتطلب انفاق مرتفع نتيجة لزيادة الرفاهية الاقتصادية، ومن أهم تلك الأنواع سياحة الاهتمامات الخاصة وسياحة المغامرات.

4- يتوقع أن ينخفض الطلب السياحي على شراء رحلات السياحة الجماعية أو السياحة الجماهيرية في نفس الوقت الذي يتوقع فيه الاقبال على الحجز في وسائل النقل ومنشآت الاقامة الفاخرة.

## رابعاً: تأثير التغيرات الاجتماعية العالمية المستقبلية على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي:

التغيرات الاجتماعية التي سوف تحدث في المستقبل لاتقل أهمية "إن لم تكن تفوق" باقي التغيرات الأخرى، وصناعة السياحة لاتنمو وتزدهر سوى بين الطبقات المقتدرة المتمتعة بمستويات معيشة مرتفعة. ولم تكن بداية صناعة السياحة الفعلية كنشاط اقتصادي هام في القرون القليلة السابقة إلا بعد سفر الطبقات الغنية والقادرة في أنحاء متعددة من العالم لأهداف مختلفة تعليمية وثقافية ودينية **(عصر الرحلات الكبرى Grand Tours خلال القرنين السابع– الثامن عشر)** وذلك قبل ظهور السياحة الجماعية في أوربا"وبصفة خاصة في بريطانيا" بعد ذلك. ومن أهم تلك التغيرات الاجتماعية التي يتوقع لها الظهور في المستقبل:

1- سوف يتزايد حجم الطبقات المتوسطة على مستوى العالم بحيث يمهد ذلك الطريق أمام تنمية المعايير والاحتياجات الاجتماعية المختلفة.

2- سوف تتزايد المصالح الخاصة للطبقات فوق الغنية **super rich** ، وطبقة الأثرياء المتنامية الثروات سوف تتزايد على نطاق واسع بحيث يتطلب ذلك آليات جديدة للتنسيق مع المصالح العامة.

3- تطور مايطلق عليه باقتصاد الابداعات **economy of innovations**[1] سوف يتسبب في خلق فروقات وتقسيمات اجتماعية في الدول المتقدمة، وسينعدم الاحتياج إلى عدة وظائف مختلفة، أو أن يتم شغلها بواسطة مهاجرين ذوى مهارات بسيطة وبأجور متواضعة.

4- سوف يتزايد مدى الرضا الاجتماعي على مستوى العالم وليس فقط بين خطى الغنى والفقر في العالم، وسيكون هناك واجبات على عاتق الأغنياء في الدول الفقيرة ، وأيضا على الدول الغنية نفسها، لتشكيل مصير " العالم الفقير"[2].

---

(1) الاقتصاديات التي تعتمد على المعلوماتية وتقنيات الاتصال الفعالة ووجود المنتجات الابداعية، وترتبط هنا اقتصاديات الابداع بالمفهوم والمعنى الخاص بالابداع في إطار المفهوم أو الفكر الاقتصادي، أي أن الابداع هنا يؤدي إلى تقديم أفكار ومنتجات جديدة ذات فاعلية أو مردود اقتصادي يستفيد منها أفراد المجتمع.

(2) Source: Strategic Global Outlook 2030،Op،Cit ،P37.

| التغيرات الاجتماعية الرئيسية | |
|---|---|
| 1991-2010 | 2011-2030 |
| نمو الطبقة المتوسطة على مستوى العالم وامتدادها خارج نطاق مجتمعات الدول المتقدمة. | تنامي الشعور بالرضا لدى الطبقات المتوسطة في العالم بالتزامن مع زيادة أحجامها بشكل كبير. |
| الفقراء يشكلون أكثر من 30% من حجم سكان العالم ( منهم 15% على حافة البقاء) | تناقص أعداد الفقراء في العالم إلى معدل 20%- 10% على التوالي. |
| ظهور تدريجي لطبقات جديدة من أصحاب الملايين، ونمو هذه الطبقات على نطاق واسع بصفة خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية،الإتحاد الأوربي واليابان. | زيادة كبيرة في أعداد أصحاب الملايين، في المقام الأول في الصين،الهند، البرازيل وروسيا. |
| معظم الطبقات فوق الغنية في العالم ينتمي أصحابها إلى الولايات المتحدة الأمريكية | زيادة متسارعة في أعداد الطبقات الفوق غنية بسبب انتشار أصحاب البلايين في الصين وباقي الاقتصاديات الناشئة المتسارعة النمو. |

**شكل(10): التغيرات الاجتماعية العالمية بين الواقع(1991-2010) والتوقعات( 2011-2030 )**

**Source: Strategic Global Outlook 2030، Alexander A.Dynkin،P38**

**فلنستنتج إذا**

التغيرات الاجتماعية والمتسارعة في العقود الأخيرة كنتيجة لتسارع النمو الاقتصادي والتكنولوجي والعلمي بصفة خاصة في الدول المتقدمة التي يتمتع مواطنيها بمستويات معيشة مرتفعة جدا، فإن هذه التغيرات سوف تمتد لتشمل وجود تغيرات أخرى إيجابية يتسارع معها غنى الأغنياء وتنخفض فيها معدلات الفقر العالمية، وبالتالي هنا تزداد مستويات معيشة الأغنياء والمرفهين تقدما وتتحسن مستويات معيشة الفقراء، في نفس الوقت الذي سوف تزداد فيه الطبقات المتوسطة ظهورا نتيجة لتقليل حد الفقر وتحسن الدخول الشخصية في العالم مع تنامي حجم الاقتصاديات الناشئة **(جدول39)** الأمر الذي ينعكس على تحسين حالة المواطنين الاقتصادية وتطور مستوى معيشتهم.

وتأثير ما تم عرضه من بيانات على التنبؤ بشكل وحالة الطلب السياحي الدولي يكمن في مايلي:

1- مع إزدياد ثراء الطبقات الغنية وظهور العديد من مراكز القوة الاقتصادية عالميا وتنامي الحاجة إلى مساعدة هذه الطبقات للفقراء، فإنه يتوقع أن تحدث العديد من حركات السفر وانتقال أصحاب هذه الفئة نحو الدول الفقيرة لتقديم برامج المعونة والمساعدات بكافة أنواعها، وبالتالي هنا سوف يزدهر ذلك النمط من السياحة الخاص **بالسياحة التطوعية**[1] **وسياحة الفقر**.

2- مع زيادة تنامي مستويات المعيشة في المستقبل ، فسوف يتوقع أن يحدث انخفاض ملحوظ في الطلب السياحي على تلك المقاصد السياحية التي لاتشتهر بتقديم تسهيلات مريحة للسائحين، وسوف يتم اجتنابها –خاصة من طبقة كبار السن– المتمتعين برغد العيش والذين سوف تزداد أعدادهم في المستقبل "كما سبق توضيحه".

3- يتوقع أن يكون هناك اقبال كبير على الطلب السياحي المتعلق بمنتجات الرفاهية والفخامة مثل تلك المنتجعات السياحية التي تقدم مثل هذه المنتجات وبأسعار مرتفعة، كما يتوقع أن يزداد حجم الرحلات السياحية الكلاسيكية الخاصة وطلب المنتجات وفقا لرغبات السائحين الشخصية.

4- مع تناقص أعداد الفقراء في العالم، فمن المرجح هنا تزايد الاقبال على تلك الرحلات السياحية رخيصة الثمن والمعروفة برحلات السياحة الجماعية أو الجماهيرية مع تقديم منتجات سياحية متكاملة ذات مستوى جودة مناسب وبأسعار في المتناول.

5- من المرجح أيضا مع تنامي مستويات المعيشة وتزايد أعداد الطبقات فوق الغنية وأصحاب البلايين خاصة في دول مثل الصين والهند، أن يكون هناك اقبال معين على أنواع غير تقليدية في الوقت الحاضر من السياحة مثل السياحة الفضائية، خاصة هنا مع تنامي التكنولوجيا ووسائل التقنية المختلفة خلال العقود القادمة.

(1) من خلال السياحة التطوعية يسافر الأشخاص المنتمين إلى الطبقات البرجوازية والاجتماعية الراقية إلى مناطق مختلفة من العالم لأهداف خيرية تتعلق بالتعليم والصحة والبيئة والبناء.....الخ.

## خامساً: تأثير التغيرات التعليمية والثقافية العالمية المستقبلية على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي:

نستطيع أن نعرض فيما يلي أهم تلك التقديرات والتوقعات المتعلقة بحالة سكان العالم التعليمية والثقافية في العقود القادمة ، ومن ثم نعرض تأثير ذلك على التنبؤ بحالة الطلب السياحي:

1- سوف يساعد حرص الأباء في المستقبل– مع مساهمات المجتمع على نطاق واسع– الأبناء على تلقى أفضل الفرص التعليمية، وسيحدث تحول في التعليم على مستوى العالم يكون مرتكز على عدة دعائم ولن يحدث من فراغ،حيث أن نمو مستويات الدخول العالمية وتغير البيئة السياسية الاجتماعية على نطاق كبير سوف يمهد الطريق أمام حدوث هذا التحول، وهذا التحول بدوره سوف يساهم بشكل عميق في عملية تغيير هذه الأنظمة.

2- مع حلول عام 2030، سوف تنخفض نسبة الأشخاص غير الحاصلين على تعليم ابتدائي إلى أقل من 35% من الكل، وسيواصل الرقم انخفاضه عام 2060 ليصل إلى نحو 20%. وفي هذه السنة الأخيرة من المرجح أن تكمل أكثر من نسبة 45% من البالغين على مستوى العالم تعليمها الثانوي أو أبعد من ذلك ( نسبة 40% في جنوب وغرب أسيا، وأكثر من 20% في جنوب الصحراء الأفريقية)[1].

3- يوضح لنا الجدول التالي(**جدول40**) تلك التنبؤات المتعلقة بمعدلات التسجيل الكلية لمرحلة التعليم الابتدائي في العالم، وعلى الرغم هنا من أن تقديرات المؤسسة الدولية للعلوم Ifs[2] لاتشير إلى أن العالم سوف يصل إلى معدلات التعليم الابتدائي العالمية بحلول عام 2015 ، فإن **جدول (40)** يوضح أن جميع أقاليم العالم (ماعدا إقليم جنوب الصحراء الأفريقية) ستصل أو تتجاوز معدل 90% ( **قرب مستوى التسجيل العالمي**) بحلول عام 2030، في الوقت الذي يسجل فيه إقليم جنوب الصحراء الأفريقية هذا المعدل بحلول عام 2045(على الرغم من عدم وصول بعض دول هذا الإقليم إلى هذا المعدل)[3].

---

(1) Advancing Global Education‹Patterns of Potential Human Progress‹Volume2‹Janet.R Dickson‹ Barry.B Hughes‹Mohammad T.Irfan‹ Report‹ Oxford University Press‹ India‹ PP:161-162.

(2) International Foundation for Science.

(3) Advancing Global Education‹Op‹Cit‹P81.

**جدول(40): معدلات التسجيل المئوية العالمية الكلية للتعليم الابتدائي (2060-2045-2030-2015)**

| | 2015 | 2030 | 2045 | 2060 |
|---|---|---|---|---|
| الدول العربية | 88.1 | 95.0 | 98.2 | 99.6 |
| وسط وشرق أوربا | 98.8 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| وسط أسيا | 91.8 | 98.5 | 100.0 | 100.0 |
| شرق أسيا والباسيفيك "الفقير" | 95.6 | 99.4 | 99.8 | 100.0 |
| أمريكا اللاتينية والكاريبيان | 96.8 | 99.0 | 99.5 | 99.7 |
| جنوب ووسط أسيا | 88.3 | 94.0 | 97.9 | 98.6 |
| جنوب الصحراء الأفريقية | 72.2 | 81.4 | 89.3 | 93.8 |
| شرق أسيا والباسيفيك"الأغنى" | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| أمريكا الشمالية وغرب أوربا | 99.9 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| العالم | 91.3 | 95.1 | 97.3 | 98.3 |

**Source: IFs Version 6.12 base case forecast.**

كما يوضح لنا الجدول التالي( جدول41) نفس هذه المعدلات السابقة للتعليم الثانوي على مستوى العالم في نفس الفترة :

**جدول(41): معدلات التسجيل المئوية العالمية الكلية للتعليم الثانوي (2060-2045-2030-2015)**

| | 2015 | 2030 | 2045 | 2060 |
|---|---|---|---|---|
| الدول العربية | 65.7 | 73.7 | 82.3 | 86.7 |
| وسط وشرق أوربا | 85.8 | 93.0 | 96.3 | 98.4 |
| وسط أسيا | 87.8 | 92.1 | 95.2 | 96.5 |
| شرق أسيا والباسيفيك "الفقير" | 71.3 | 83.7 | 89.8 | 93.3 |
| أمريكا اللاتينية والكاريبيان | 77.4 | 85.1 | 89.3 | 93.1 |
| جنوب ووسط أسيا | 53.0 | 64.4 | 72.2 | 77.2 |
| جنوب الصحراء الأفريقية | 30.4 | 39.9 | 47.7 | 57.8 |
| شرق أسيا والباسيفيك"الأغنى" | 97.0 | 98.3 | 99.4 | 99.8 |
| أمريكا الشمالية وغرب أوربا | 93.5 | 97.3 | 99.1 | 99.6 |
| العالم | 66.2 | 74.0 | 78.5 | 82.1 |

**Source: IFs Version 6.12 base case forecast.**

والتغيرات الثقافية متوقع لها الازدياد بشكل ملحوظ في العقود القادمة بشكل رئيسي نتيجة لسببين: –

**الأول:** تزايد مستويات الدخول الشخصية على مستوى العالم خاصة في الدول الغنية وتحسن اقتصاديات ودخول المواطنين في عدة دول نامية مع تناقص حدة الفقر(كما تم عرضه سابقاً) ومايرتبط بذلك من زيادة القدرات الشرائية لاقتناء الكتب والمطبوعات المختلفة خاصة تلك التي لها علاقة بالسياحة والسفر.

**الثاني:** تزايد تقدم الوسائل التكنولوجية والتقنية الحديثة وتزايد استخدام الأشخاص لها في شتى أنحاء العالم (مع تزايد الدخول الشخصية والفرص التعليمية المعروضة سابقا) وربما وصولهم إلى أرقام قياسية مع منتصف القرن الحالي( الواحد والعشرون)، وبالتالي ذلك يمكن من زيادة فرص السفر والسياحة بين الطبقات القادرة عبر أرجاء العالم خاصة مع تزايد فرص الوصول للتكنولوجيا الحديثة.

ومن أهم وسائل التكنولوجيا الحديثة التي سيكون لها ارتباط أكبر بالطلب السياحي الدولي هي وسيلة الإنترنت، والتي يتوقع تزايد استخدامها عالميا، وبالتالي تزايد فرص الطلب السياحي على مستوى العالم. ونعرض فيما يلي بايجاز أهم هذه التطورات التي سوف تطرأ على استخدام هذه الوسيلة في المستقبل: –

1- **المزيد من الأشخاص سوف يستخدموا الإنترنت:** في عام 2010 بلغ عدد مستخدمي الإنترنت نحو 1.7 بليون مستخدم ( 2.4 بليون مستخدم عام 2012 Internet World Stats-2012-)،مقارنة مع عدد سكان العالم البالغ آنذاك 6.7 بليون نسمة. ومن دون أي شك، سوف يرتفع عدد الأشخاص المستخدمين للإنترنت بحلول عام 2020، حيث تتوقع هنا **مؤسسة العلوم الدولية National Science Foundation** أن هذا العدد سيبلغ نحو 5 بليون مستخدم في هذه السنة.

2- **الإنترنت سوف يتزايد في الانتشار جغرافيا:** معظم التطور الحادث في استخدام الإنترنت في العقد القادم سوف يكون مصدره الدول النامية. معدلات الاستخدام ستكون: 6.8% في أفريقيا. 19.4% في أسيا و28.3% في الشرق الأوسط، بينما تكون النسبة 74.2% في أمريكا الشمالية.

3- **الإنترنت سيصبح شبكة خاصة بالحياة وليس مجرد أجهزة:** في الوقت الذي يتزايد فيه اعتماد وسائل البنية التحتية الهامة على الإنترنت، فإن الإنترنت من المتوقع أن يشكل في المستقبل شبكة أجهزة وليس شبكة حواسب ألية، ففي الوقت الحاضر(2009) يرتبط الإنترنت بنحو

575 مليون جهاز حاسب ألى،وتتوقع مؤسسة العلوم الوطنية **NSF**[1] الحاق بلايين الأجهزة المرتبطة بالكشف والقياس والمتصلة بالإنترنت في المباني والكباري لاستخدامات متعددة خاصة بالكهرباء والرقابة الأمنية. وبحلول عام 2020 من المتوقع أن عدد أجهزة الكشف والقياس المرتبطة بالإنترنت سوف تتوسع بشكل أكبر كثيرا من عدد مستخدمي الإنترنت.

**4- الإنترنت سوف يكون لاسلكي:** يتزايد بشكل هائل عدد المشتركين في تقنيات الاتصال المتحرك بالإنترنت ذات النطاق العريض والسريع **mobile broadband** بحيث وصل عددهم في النصف الثاني من عام 2009 نحو 257 مليون مشترك "في العالم". ووفقا لما أوردته مؤسسة انفورما **Informa** للمعرفة والمعلومات، فإن هذا العدد يمثل وجود زيادة تقدر بنحو 85% سنة بعد الأخرى في استخدام تقنية الوايماكس **WiMAX** (تقنية اتصالات لاسلكية عبر المسافات الطويلة) وباقي تقنيات الاتصال التكنولوجي الفائقة السرعة. وتمتلك أسيا أكبر عدد من المشتركين في هذه التقنيات،ولكن معدل النمو يكون أسرع في أمريكا اللاتينية، وتوقعت مؤسسة Informa (عام 2013) أنه بحلول عام 2014 سوف يكون هناك نحو 2.5 بليون مستخدم في العالم لتقنية الاتصال المتحرك بالإنترنت[2].

وتأثيرات ماسبق من التغيرات العلمية والثقافية المستقبلية على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي نستطيع أن نوجزها فيما يلي:

1- مع ذلك التسارع المتكاثف في المستقبل للتغيرات العلمية والثقافية "كما أوضحت البيانات السابقة" فإن شكل الاقبال على الطلب السياحي لن يتغير في حجمه فحسب، **بل أيضا في شكله ونوعيته،** فسوف يزداد الاقبال، على سبيل المثال، على تلك الأنماط الخاصة بالسياحة العلمية والثقافية والسياحة الجيولوجية، في نفس الوقت الذي من الممكن أن نشاهد فيه خروج أنماط جديدة تنتمي لأنواع السياحة السابقة تزامنا مع تسارع هذه التغيرات العلمية والثقافية.

2- سوف يزداد الطلب السياحي لتجربة كل ماهو جديد وغير مألوف في عالم السياحة والطبيعة مع محاولة البعد عن تلك الأنواع النمطية والتقليدية للسياحة والتي لاتقدم أي خبرات أو تجارب جديدة للسائح، وهنا سوف يرتكز الطلب السياحي على تلك المنتجات السياحية التي تقدم عنصر الابتكار.

---

(1) National Science Foundation.

(2) http://www.networkworld.com/ news/ 2010/ 010410 -outlook - vision- predictions.html، Accessed on: 8-5-2013.

3- مع وصول المستويات التعليمية إلى ذروتها تقريبا " خاصة في قارتي أوربا وأسيا " **(جدولي 39–40) وتوقع استمرار هذه المعدلات المرتفعة جدا للتعليم، فإنه من المتوقع أن يخرج السائحين من هاتين القارتين لطلب منتجات سياحية تتعلق باكتشاف الغرائب والعجائب في مناطق أخرى بعيدة** مثل اكتشاف غابات وأدغال أفريقيا والتعرف على عدة أنواع غير مألوفة من النباتات والحيوانات المختلفة **Speceis**، وهنا سوف ينشط الطلب جدا على ذلك النمط المعروف بالسياحة الأيكولوجية.

4- سوف يتزايد الاقبال والاهتمام من جانب السائحين "خاصة في أوربا" على ارتياد وزيارة المكتبات العلمية المختلفة في العالم والمتاحف الثقافية الشهيرة الموجودة في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا (مثل مكتبة الإسكندرية والمتحف المصري في القاهرة)، كما سوف يتزايد الاهتمام "مع تسارع التغيرات الثقافية وتقدم وسائل الدعاية والاعلان السياحي في العالم النامي" على زيارة تلك المواقع التاريخية الهامة مثل تلك الموجودة في الهند والصين (تاج محل في الهند وسور الصين العظيم في الصين) بالاضافة إلى مواقع التراث القديم الهامة في شمال أفريقيا وإيطاليا "الكنائس الشهيرة".

5- سوف يكون هناك قدر كبير من اجتناب وكلاء السفر التقليديين في الحصول على الرحلات السياحية المختلفة لصالح الحجوزات الالكترونية خاصة في قارات أوربا– أسيا والأمريكيتين (جدول6)،حيث أنه من المتوقع قبل حلول منتصف القرن الحالي (الواحد والعشرون) أن يعتمد الطلب السياحي بشكل شبه كلي على هذه المصادر الالكترونية لحجز الرحلات السياحية.

## سادساً: تأثير التغيرات الصحية العالمية المستقبلية على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي:

إن تلك التغيرات الصحية التي سوف تحدث في السنوات القادمة على مستوى العالم سيكون لها تأثير بدون شك على حالة الطلب السياحي الدولي، فليس من الممكن هنا على سبيل المثال تصور القيام بالرحلة السياحية من جانب أشخاص يعانون من اعتلالات صحية وأمراض خطيرة"معدية على وجه الخصوص"، في نفس الوقت الذي تمثل فيه الحالة الصحية السليمة وتقدم وسائل الرعاية الصحية والعقاقير الطبية وحجم ومهارة العاملين في المجال الصحي مؤشرات إيجابية لحالة الطلب السياحي الدولي في جميع أرجاء العالم، ومجمل الأوضاع الصحية العامة في السنوات القادمة يتوقع له مايلي:

1- وفقا لما أورده– **مكتب احصائيات العمل Bureau of Labor Statistics** – فإن صناعة خدمات الرعاية الاجتماعية والصحية ستكون أحد أكبر الصناعات في القرن الحالي مع توقع توفير نحو 19.8مليون وظيفة عام 2018 بزيادة قدرها 4 مليون وظيفة بين عامي 2008–2018[(1)].

2- معدل وفيات الرضع منذ نصف قرن مضى (عام1957) كان **148 رضيع لكل ألف مولود،** وفي عام 2007 انخفض المعدل **إلى 51،** وسوف يستمر في التضاؤل **إلى 27 حالة وفاة عام 2030.** ومخاطر الوفيات بالنسبة للأطفال أقل من عمر 5 سنوات سوف تقل بنسبة 40% في السنوات القادمة "حتى عام 2030"، وسوف يبلغ عدد وفيات الأطفال أقل من سن 5 سنوات عدد 5 مليون طفل عام 2030 منهم **نسبة 97% في العالم النامي.**

3- سوف ترتفع معدلات التدخين، برامج إنقاص وزن الدهون الكثيفة، استهلاك الكحول وعدم ممارسة التدريبات البدنية في أجزاء عديدة من العالم في السنوات القادمة حتى عام 2030، بشكل يؤدي إلى ارتفاع نسبة الأمراض الغير معدية **non-cummunicable diseases** مثل البدانة ، السكري والسرطان، وسوف تستمر الظواهر المتعلقة بسؤ التغذية والبدانة في العالم اعتمادا على درجة الرفاهية، وسوف يقفز عدد الأشخاص المصابين بالسكري إلى 266 مليون عام 2030، بينما سيقتل التدخين نحو 8.3 مليون شخص عام 2030 ، أكثر من معدل عام 2007 البالغ 5 مليون شخص[(2)].**(6 مليون شخص عام 2011 بمعدل حالة وفاة كل 6 ثواني وفقا لمنظمة الصحة العالمية)**

4- توقعت دراسة جديدة أن ترتفع نسبة عدد مرضى السرطان **لأكثر من 75 في المئة** في جميع أنحاء العالم بحلول عام 2030 مع ارتفاع حاد لا سيما في البلدان الفقيرة لأنها تعتمد على أنماط حياة "غربية" غير صحية. وذكرت الدراسة التي أجرتها **الوكالة الدولية لبحوث السرطان** التابعة لمنظمة الصحة العالمية في ليون بفرنسا أن العديد من البلدان النامية من المتوقع أن تشهد ارتفاعا في مستويات المعيشة في العقود المقبلة، لكنها أضافت أن هذا التحسن قد يكون له ثمن وهو زيادة حالات السرطان المرتبطة بسؤ التغذية وعدم ممارسة الرياضة والعادات السيئة الأخرى المرتبطة برغد العيش وأمراض مثل سرطانات الثدي والبروستاتا والقولون والمستقيم[(3)].

(1) NAS Insight، Healthcare Forcework Outlook to 2018،Report،2010،P2.

(2) Ronald Berger، Strategy Consultant،Trend Compendium 2030،Report،2007،PP:34-37.

(3)http://www.aljaredah.com/paper.php?source=akbar&mlf=interpage&sid=18376،Accessed on: 10-11-2013

5- وفقا لتقارير أوردتها منظمة الصحة العالمية **World Health Organization**،فإن مرض الاكتئاب سيكون المسئول الرئيسي للاصابة بالأمراض في العالم بحلول عام 2030، كما أن تلك المشاكل المرتبطة بالصحة العقلية **Mental Health** تؤثر بالسلب على المجتمعات بشكل متزايد وأن حتمية الامتلاك **must-have accessory** تسبب قدر كبير من الاكتئاب وأن الضغط العقلي **mental stress** يعد بمثابة مرض مرعب يؤثر على غالبية سكان العالم(1).

6- سوف تستمر الدخول الشخصية في الارتفاع بسبب توسع الاقتصاديات الكبيرة بشكل يؤدي إلى زيادة فرص الحصول على الدواء، ويتم دعم ذلك بواسطة سلسلة من السياسات الحكومية، وسوف يرتفع الانفاق على الدواء في هذه الدول بين 150–165 بليون دولار أمريكي في الخمس سنوات القادمة (من2012 حتى 2017) بسبب حجم النمو فيها(2).

والتأثيرات المتوقعة على الطلب السياحي في المستقبل نتيجة لهذه التغيرات السابقة تكمن فيما يلي:

1- تقدم التقنيات الطبية وزيادة العمالة في مجال الخدمات والرعاية الصحية سوف يفتح المجال أكبر داخل السوق السياحي لطلب المنتجات السياحية المختلفة من جانب كافة الأعمار والفئات المختلفة من المستهلكين.وهنا سوف يزداد اقبال السائحين من دول العالم المتقدم على الرحلات السياحية المختلفة، كما سوف يكون هناك نمو وزيادة في توجه سائحي دول الاقتصاديات الناشئة إلى المواقع السياحية المختلفة في العالم مع زيادة الرعاية الصحية والانفاق الصحي من جانب الحكومات.

2- انخفاض أعداد وفيات الرضع والأطفال الأن والمستمر في المستقبل سوف يضفي حيوية أكبر على صناعة السياحة وسوف يجعل الطلب السياحي في العقود القادمة محتفظا بحيويته وتجدده المستمرين، وبسبب ذلك فسوف يكون هناك اقبال كبير متوقع على تلك الأنواع من السياحة التي تتطلب شباب وحيوية أكبر مثل تلك الأنماط المتعلقة بسياحة المغامرات والسياحة الترفيهية وسياحة الشواطئ....الخ.

3- سوف يستفيد الطلب السياحي من بعض التغيرات والظواهر الصحية السلبية في المستقبل، على سبيل المثال، فإن زيادة استهلاك الكحوليات سوف ينجم عنه زيادة مماثلة من جانب هؤلاء السائحين "المستهلكين لهذه الكحوليات" على طلب الرحلات السياحية المتعلقة

(1) http://topnews.net.nz/content/224940-depression-will-rule-world-2030،Accessed on:10-11-2013.

(2) IMS Institute for Healthcare Informatics،The Global Use of Medicines: Outlook Through 2016،Report،July 2012،USA،PP:17-21.

باستهلاك الكحوليات والنبيذ في الأماكن المشهورة بذلك مثل جبال كولومبيا وتايلاند "**سياحة النبيذ wine tourism**" .كذلك فإن ارتفاع نسبة السمنة في العالم فيما يعرف بمرض البدانة **Obesity** سوف ينجم عنه اقبال مماثل على طلب أنواع من السياحة ترتبط بممارسة الرياضة البدنية والاشتراك في مراكز التأهيل الصحي والبدني "سياحة المنتجعات الصحية".

4- مع زيادة انتشار بعض الأمراض النفسية والعضوية في المستقبل، يتوقع أن يكون هناك رواج لأنواع السياحة المتعلقة بالحصول على العلاج والاستشفاء في المراكز الطبية المشهورة المنتشرة حول العالم "خاصة في أمريكا وأوربا"، وهذه الأنواع من السياحة المتوقع انتشارها هي السياحة العلاجية–السياحة الطبية وسياحة الاستشفاء. حيث يتوقع أن يتوجه المرضى من دول العالم النامي المتقدم "مدفوعين بتنامي الدخول الشخصية"إلى المراكز الطبية المشهورة في أوربا وأمريكا لتلقي العلاج والاستشفاء هناك.

## سابعاً: تأثير تغيرات الهجرة العالمية المستقبلية على التنبؤ بالطلب السياحي الدولي:

لاترتبط الهجرة مع السياحة بعلاقات وثيقة فحسب، بل أن كلا الظاهرتين تتشابهان كثيراً في الطبيعة والجوهر، والهجرة العالمية تنقسم إلى شقين"الداخلية والخارجية"، الهجرة الداخلية تم تناولها من خلال ظاهرة التمدن السكاني "المعروضة سابقاً"، أما الهجرة الدولية فهي تأخذ أبعاد هامة تؤثر إلى حد كبير على طبيعة وحجم الطلب السياحي الدولي. والهجرة الدولية ظاهرة آخذة في الازدياد من حيث نطاقها وتعقيدها وتأثيرها، واليوم، جميع بلدان العالم تقريبا هي، في الوقت ذاته، بلدان مقصد ومنشأ وعبور للمهاجرين الدوليين، ويعيش اليوم عدد أكبر من الناس خارج بلدان منشئهم، وذلك أكثر من أي وقت مضى، فقد ارتفع العدد الاجمالي للمهاجرين الدوليين من 155 مليون في عام 1990 إلى 214 مليون في عام 2010. وملامح الهجرة في المستقبل والتي سوف تترك آثار ملحوظة بشكل أكبر على الطلب السياحي الدولي، نستطيع أن نحددها على النحو الأتي: –

1- سوف تتفاقم التأثيرات المترتبة على تقلص القوة العاملة فضلا عن ذلك بسبب ارتفاع معدلات التحصيل التعليمي في البلدان المتقدمة، وهو من شأنه أن يقلل من أعداد المهتمين بالعمل في وظائف خدمية لا تتطلب مهارة كبيرة أو بالعمل في الحرف المختلفة ومجال التشييد والبناء. ومن المتوقع أثناء الفترة من عام 2005 إلى عام 2025 أن تشهد بلدان منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية زيادة مقدارها 35% في نسبة العاملين

الحاصلين على تعليم عال. ومع ارتفاع مستويات التعليم ترتفع التوقعات فيما يتصل بالعمل[1]. وعلى ذلك يتوقع أن تزداد معدلات الهجرة الدولية الوافدة إلى هذه البلدان المتقدمة.

2- الاختلالات بين مستويات الدخول الشخصية سوف تقود حركة الهجرة وسوف يكون هناك احتمالية وجود زيادة كبيرة للبشر المنتقلين من الجزء الفقير من العالم إلى الجزء الأغنى في الدول النامية الأكثر نجاحا. وهذا التدفق الخاص بالهجرة من المتوقع أن يكون أكبر من التدفق للدول المتقدمة. وسوف تشهد العشرين سنة القادمة موجات هجرة ذات فترات اقامة أقصر، مما قد يفرض بعض التحديات الخاصة بتركيبة سياسات الهجرة الحالية[2].

3- سوف يكون للهجرة الدولية تأثيرات ملحوظة على النمو السكاني في بعض قارات العالم عام 2050 عند قياس أعداد هؤلاء المهاجرين بنسبة (المواليد– الوفيات)، على سبيل المثال في قارة أوربا سوف يكون هناك انخفاض بطئ **slowing decline** في هذا النمو السكاني بسبب تزايد أعداد المهاجرين مع مايقابله من تناقص معدل المواليد– الوفيات. وفي قارة أفريقيا "مع خروج المهاجرين منها" سوف يتسبب ذلك في تخفيض النمو السكاني"بنسب بسيطة"، بينما في قارة أمريكا الشمالية مع زيادة النمو السكاني فيها عام 2050، فإن المهاجرين إليها سوف يمثلوا اضافة لهذا لنمو السكاني.

4-سوف تلعب الهجرة الدولية دورا هاما في المحافظة على أحجام قوة العمل في تلك الأقاليم المتقدمة، حيث أنه يتوقع أنه بدون هذه الهجرة الدولية أن تنخفض قوة العمل في **الأقاليم المتقدمة بمقدار 77 مليون عامل بحلول عام 2050 أي مايمثل نسبة 11% من هذه القوة**[3].

5- وفقا لتقرير منظمة الهجرة الدولية **IOM** الصادر عام 2010 (تقرير الهجرة العالمية World Migration Report)، فإن عدد المهاجرين الدوليين متوقع له أن يرتفع إلى الضعف بحلول عام 2050 ليصل إلى نحو 405 مليون مهاجر طبقا لما أوردته المنظمة الدولية للهجرة التابعة للأمم المتحدة، وفي تقريرها، ذكرت المنظمة أن تزايد أعداد العاملين في

(1) http://www.project-syndicate.org/commentary/why-more-migration-makes sense /arabic، Accessed on:12-11-2013.

(2) http://www.acus.org/event/new-world-global-migration-2030.Accessed on:12-11-2013.

(3)Migration Levels and Trends: Global Assessment and Policy Implications، Report، Department of Economic and Social Affairs(DESA)،United Nations،New York ،10 February، 2010.

الدول النامية وأولئك الأشخاص الفارين من تأثير التغيرات المناخية **climate change** سوف يساهم في ذلك الارتفاع الحاد في أعداد المهاجرين الدوليين(1).

**وتأثير ماسبق** من التغيرات العالمية المتوقعة للهجرة على التنبؤ بعملية الطلب السياحي الدولي قد يكمن في مايلي:

1- توقع ازدياد معدلات الهجرة الدولية إلى الدول المتقدمة بسبب الشيخوخة السكانية وانخفاض معدلات الخصوبة بشكل كبير، فإن ذلك سوف يجلب معه توقعات بنمو الطلب السياحي الدولي المتعلق بزيارة الأصدقاء والأقارب في الأوطان الخاصة بأولئك المهاجرين. كذلك سوف ينشط هنا ذلك النمط المتعلق بسياحة التسوق من جانب أولئك المهاجرين في أوطانهم الأصلية وذلك بغرض شراء سلع ومنتجات خاصة بالمنشأ الأصلي.

2- نظرا لكون هؤلاء المهاجرين ينتمون لأعراق وطوائف وثقافات مختلفة حول أرجاء العالم، فإن الطلب السياحي يتوقع له في السنوات القادمة **أن يأخذ الكثير من هذا التنوع العرقي والثقافي**، أي سوف يتميز هذا الطلب السياحي الدولي بأنه "**طلب متعدد الثقافات والأعراق**".

3- قد يلجأ المهاجرون "في أوربا بصفة خاصة" للاشتراك في رحلات وأنشطة سياحية متعلقة بزيارة مقاطعات ودول أخرى، ولكن الطلب السياحي هنا سوف يتركز بصفة خاصة على تلك الرحلات الجماعية الرخيصة الثمن **(نظرا لعدم وجود رفاهية مادية كبيرة عند أولئك المهاجرين لدوافع اقتصادية خاصة في سنوات الهجرة الأولى)** التي تقدم منتجات خاصة بالاقامة والنقل والترفيه بأسعار سياحية في متناول الجميع. .

4- هناك مكاسب أخرى متولدة للدول النامية السياحية الأغنى في العالم جراء توقع تزايد الهجرة الدولية إليها بشكل أكبر من الدول المتقدمة، فهذه الدول سوف تستفيد من تلك الخبرات والمهارات الوافدة إليها ليس في القطاع السياحي فحسب، بل في كافة القطاعات الأخرى، ومن شأن ذلك أن يزيد من فرص النمو والتنمية في هذه الدول"خاصة في حالة زيادة كثافة ومهارة العمالة الوافدة في آن واحد" وبالتالي تستفيد صناعة السياحة "بشكل غير مباشر" من هذه التنمية ويتم خلق فرص للطلب السياحي الدولي من وإلى هذه الدول.

---

(1) International Migration to double by 2050، Article،Rick Roth، Department of Geography، University of Washington،29-11-2010.

## **الخلاصة:**

إن تلك التغيرات الديموغرافية العالمية المتوقعة في السنوات والعقود القادمة سيكون لها تأثير بالغ على حالة الطلب السياحي الدولي والذي سوف يقترن بهذه التغيرات المختلفة **وفقا لقوة تأثير عناصرها المختلفة**، وقد يكون من الصعب هنا توضيح قوة هذه التأثيرات الديموغرافية على التنبؤ بحالة وطبيعة الطلب السياحي الدولي دون غيرها من تأثيرات ديموغرافية أخرى، أو بعبارة أخرى: لايمكن فصل هذه التأثيرات عن غيرها في التأثير على حالة هذا الطلب السياحي، فالظواهر الديموغرافية العالمية "وإن إنفصلت"، فهي تتصل ببعضها البعض بروابط لايمكن اهمالها أو التغافل عنها،وهذه الروابط تتدخل لتشكل التأثير العام للظاهرة.

**ونستطيع أن ندلل على ذلك من خلال مايلي:**

1- تأثير التغيرات الديموغرافية العالمية الخاصة بتلك التغيرات السكانية لن يأتي بمعزل أو بمنأى عن ذلك التأثير المتعلق بالهجرة ( **النمو السكاني يؤدي إلى طلب الهجرة)** ، كما أن تلك التأثيرات الاقتصادية لن تكون بمعزل عن تلك العلمية والثقافية ( **زيادة الدخول تؤدي إلى الاقبال على العلم والثقافة)**، وبالمثل فإن تلك التأثيرات المتعلقة بالخصوبة سوف يكون لها تأثيرات بالغة سواء بالسلب أو بالإيجاب على حالة النمو السكاني في المستقبل....الخ. وجميع ماسبق من تأثيرات متبادلة وغيرها سوف يعطي للطلب السياحي الدولي في الوقت الحالي ومستقبلا طبيعة مختلفة سواء من حيث الشكل أو الحجم.

2- لا نستطيع ضمن هذا السياق التغافل عن دور العوامل والظواهر الغير ديموغرافية في تشكيل العناصر الديموغرافية العالمية، على سبيل المثال، سياسة الدولة العامة تتدخل في بعض الأحيان لمنح حوافز اقتصادية عند تقليل حجم مواليد الأسرة **(كما يحدث في الصين على سبيل المثال)**، وهذه الحوافز الاقتصادية هنا "**نتيجة سياسة الدولة العامة– متغير غير ديموغرافي**" قد تؤدي إلى تحسين حالة المواطنين الاقتصادية، وكذلك تقليل حجم الأسرة **(متغير ديموغرافي أخر)**، ومن ثم قد يزداد الاقبال على طلب الرحلات السياحية المختلفة في الخارج.

3- على نحو مشابه لذلك، فإن ثمة دور للمتغيرات الديموغرافية المختلفة في التأثير على ظواهر أخرى غير ديموغرافية ومن ثم على حالة الطلب السياحي الدولي، كما هو الحال عند تأثير معدلات المواليد والخصوبة على أحجام قوة العمل في المستقبل، أو عند تأثير المتغيرات العلمية والثقافية المختلفة على سياسات الحكومة داخل الدولة، وبالتالي هنا، فإن أحجام قوة العمل وسياسات الحكومة "السياحية" سوف يتدخلان بشكل أو بأخر في تقرير وتشكيل طبيعة الطلب السياحي الدولي.

4- وثمة ملاحظة أخرى هامة هنا، وهو أن تحديد والتنبؤ بحالة الطلب السياحي الدولي قد لا يقرره مدخل ديموغرافي واحد بعينه، بل قد يشترك أكثر من مدخل في ذلك (حيث أننا هنا بصدد عدة متغيرات ترجع لظاهرة واحدة ديموغرافية)، على سبيل المثال هنا: **زيادة حجم الطلب السياحي الدولي قد يكون بسبب تزايد أعداد المهاجرين "متغير ديموغرافي" أو بسبب ارتفاع المستويات العلمية والثقافية والصحية" متغير ديموغرافي" أو بسبب تزايد النمو السكاني "متغير ديموغرافي** "، وكذلك على نحو مشابه تماما، فإن زيادة الطلب السياحي الدولى على عدة منتجات سياحية خاصة بمنتجعات صحية أو منتجات السياحة الريفية قد يكون مرده **ارتفاع الوعي والمستوى الصحي "متغير ديموغرافي" أو ارتفاع مستويات التمدن السكاني" متغير ديموغرافي".....الخ.**

5- أخيراً، يبقى من الصعوبة هنا بمكان تحديد مستوى قوة تأثير هذه التقسيمات والتغيرات الديموغرافية العالمية دون غيرها بسبب عدم وجود احصائيات عالمية خاصة بهذا الشأن من جهة، وبسبب تداخل هذه المتغيرات "كما تم توضيحه سابقا" وصعوبة تفسير الظاهرة السياحية من جهة أخرى، وكذلك بسبب تباين هذه التقسيمات الديموغرافية من خلال مكوناتها الخاصة **(تباين الأعمار- تباين الجنسيات- تباين المستويات التعليمية والثقافية..الخ)**، ومايبقى متاحا بهذا الصدد هنا هو مايتم التوصل إليه من بيانات واحصائيات مختلفة من خلال استطلاعات الرأي والاستبيانات المختلفة بعد تجميعها، فضلا عن أي اجتهادات علمية.

وينبغي هنا ملاحظة أن كل هذه التغيرات الديموغرافية العالمية مرتبطة بجميع أنواع الطلب السياحي ولكن بدرجات متفاوتة "**بحيث قد يبدو التأثير الأبرز متعلق بكل من التغيرات الاقتصادية والتعليمية الثقافية**" ، وبالامكان عرض ذلك من خلال مايلي:

**التغيرات الاقتصادية:** ترتبط هذه التغيرات بجميع أنواع وأنماط الطلب السياحي،على سبيل المثال، فإن تنامي أشكال العمل الدولى وارتفاع مستويات دخول مواطني الدول المتقدمة وإزدياد أعداد أصحاب الثروات في الدول المتقدمة والنامية على حد السواء، يفرض وجود طلب سياحي بشكل متزايد، ذو طبيعة خاصة "**سياحة الاهتمامات الخاصة**"، متنوع " عدة اشكال من الطلب السياحي الدولي" ومميز " **منتجات الفخامة Luxury**".

**التغيرات السكانية:** بما أن هذه التغيرات تشمل تطور النمو السكاني " بأشكال المستويات والدخول المختلفة" وتزايد متوسطات الأعمار وزيادة اقبال المرأة على الطلب السياحي الدولي وزيادة التمركز المدني العالمي، فإن هذه التغيرات تفرض وجود طلب سياحي متزايد، خاص" **سياحة ثقافية وسياحة مغامرات من جانب كبار السن ومتوسطى الأعمار** "، وأخيرا طلب مميز بسبب وجود شريحة هامة من أصحاب المستويات العليا الذين تشملهم منظومة تطور النمو السكاني. وينبغي هنا ملاحظة أن تطور هذه المنظومة لايعني بالضرورة تشكيل عملية الطلب السياحي الدولي في عدة أحيان "مقارنة بالتغيرات الاقتصادية والتعليمية على سبيل المثال" حيث وجود فرص أكبر لتشكيل هذا الطلب".

**التغيرات التعليمية الثقافية:** ترتبط بشكل أكثر بروزا بأنماط الطلب السياحي المختلفة ماعدا عدم الاقبال في عدة أحيان على الطلب السياحي المميز "**منتجات الفخامة**" بسبب وجود شريحة عريضة من الطلاب والمتعلمين صغار السن ذوى الامكانيات المادية البسيطة "**ولكن ليس بشكل مطلق**"، ويقترن بهذه الفئات وجود طلب سياحي متزايد بسبب ارتفاع مستويات التعليم العالمية والاقبال بالتالي على **منتجات السياحة العلمية والثقافية**، طلب متنوع بسبب تعدد الثقافات والمفاهيم العلمية المختلفة، وأخيرا طلب خاص، بسبب الاقبال على أنواع معينة من السياحة "**السياحة العلمية على سبيل المثال**".

**التغيرات الصحية:** ترتبط بشكل أبرز بوجود طلب سياحي خاص بسبب تقدم الرعاية الصحية وطلب السفر للخارج للعلاج من بعض الأمراض بحيث يؤدي ذلك إلى انتشار عدة أنواع معينة من أشكال السياحة "مثل السياحة العلاجية وسياحة الاستشفاء " فضلا عن تنوع الطلب هنا ليشمل عدة أنواع أخرى من السياحة مثل السياحة الترفيهية والثقافية، وبالتالي هنا، وجود طلب متزايد أيضا.

**التغيرات الاجتماعية:** ترتبط بشكل أبرز بوجود طلب سياحي مميز " بسبب تغير مستويات المعيشة نحو الأفضل خاصة في الدول المتقدمة" بحيث يزداد الاقبال على **منتجات الفخامة،** وكذلك وجود طلب سياحي خاص لنفس السبب السابق.

**تغيرات الخصوبة:** ترتبط بشكل أبرز بوجود طلب سياحي متنوع بسبب تغيرة تركيبات الأسر بأشكالها وأحجامها المختلفة في العالم وزيادة النمو السكاني في الدول التي تتميز بمعدلات خصوبة عالية، وبالتالي تنوع الاقبال على الطلب السياحي الدولي وأيضا زيادته "طلب متزايد".

**تغيرات الهجرة:** تفرض وجود ارتباط أكبر بطلب سياحي متزايد " بسبب تزايد أعداد الهجرة العالمية أخيراً " وطلب خاص بسبب ارتباط أنواع معينة من السياحة بها مثل الطلب على سياحة الحنين وسياحة زيارة الأصدقاء والأقارب في دول المنشأ الأصلي . ولا تعتبر الأنماط السياحية المتعلقة بها منتشرة بشكل كبير كما هو الحال مع التغيرات الاقتصادية والتعليمية .

## ثانيا: أهم التحديات الناجمة عن التغيرات الديموغرافية العالمية وانعكاساتها على المستفيدين داخل القطاع السياحي.

**مقدمة:**

يعتبر الوقوف على الأوضاع الديموغرافية العالمية والتغيرات التي تطرأ عليها بين الحين والأخر من الأمور الجوهرية والهامة جدا للمستفيدين داخل النشاط السياحيي من **واضعي السياسات السياحية والمخططين والمسوقين وأصحاب المؤسسات السياحية المختلفة من شركات وفنادق ومكاتب سياحية ووكلاء السفر والقائمين على إدارة المقاصد السياحية**، لمعرفة حجم واتجاهات الطلب السياحي الدولي الوافد من الدول السياحية المختلفة وفقا لهذه الأوضاع الديموغرافية المختلفة، كما يعتبر السعي لمعرفة سير هذه الاتجاهات الديموغرافية مستقبلا أمرا جوهريا للمستفيدين داخل هذا النشاط السياحي لوضع السياسات التخطيطية داخل القطاع السياحي في المستقبل وفقا لما يطلق عليه **بالتحديات الديموغرافية Demographic Challenges**. وهذه التقديرات الديموغرافية في المستقبل تعتبر ملزمة لكافة الهيئات العاملة داخل القطاع السياحي بالاستعانة بالمتخصصين والعاملين في مجال الاحصائيات الديموغرافية وبالنشرات الدورية المختلفة التي **تصدرها كافة منظمات المجتمع الدولي** لهذه الأوضاع الديموغرافية في الحاضر والمستقبل لتقدير حجم ونوعية السوق السياحي ووضع الخطط والسياسات السياحية المختلفة بناءا عليها . إن هذه التغيرات الديموغرافية المختلفة في الحاضر والمستقبل تلعب دور **الفاعل الكبير في تشكيل أبرز ملامح الحركة السياحية المحلية والدولية**، ومن منطلق ذلك، فإن هذه التغيرات وخاصة البارزة منها والمؤدية لتنشيط الطلب السياحي بشكل أكبرمن غيرها، **سوف تمثل تحدي كبير أمام المستفيدين داخل القطاع السياحي داخل الدولة للاستفادة منها بأقصى شكل ممكن**، سواء كان هؤلاء المستفيدين من العاملين داخل القطاعين العام أو الخاص أو الهيئات والشركات السياحية والفنادق المختلفة...الخ. ويمثل ذلك أهمية قصوى لتلك الدول السياحية المختلفة"خاصة النامية منها مثل مصر". ومن ناحية أخرى، فإن ذلك التحدي الأبرز الخاص بالتعامل مع هذه التغيرات الديموغرافية البارزة ينطوي بالضرورة على عدة تحديات أخرى بارزة تفرضها أسباب رئيسية متعلقة بالتعامل مع هذه التغيرات الديموغرافية. إن المستفيدين داخل النشاط السياحي" **وعلى الأخص واضعي ومنظمي السياسات السياحية والمخططين والمسوقين " بالاضافة إلى أصحاب الشركات والمؤسسات السياحية المختلفة ووكلاء السياحة** في سعيهم نحو التعرف والتعامل مع هذه التغيرات الديموغرافية وتفسيرها والاستفادة منها بالشكل الأمثل لتوفير التسهيلات السياحية اللازمة،

سوف تعترضهم عدة عقبات وتحديات تفرضها عدة عوامل مختلفة يمكن أن نجملها من خلال النقاط التالية:

**أولاً: صعوبة تفسير الظاهرة السياحية ككل.**

**ثانياً: صعوبة وتعقد طبيعة دراسة الحركات السكانية المختلفة.**

**ثالثاً: صعوبة وتعقد دراسة بعض المتغيرات الديموغرافية.**

**رابعاً: صعوبة تقدير والتمييز بين أهمية المكونات والتغيرات الديموغرافية المختلفة.**

**خامساً: تحديات مرتبطة بطبيعة الطلب السياحي.**

## أولاً: صعوبة تفسير الظاهرة السياحية ككل:

لا تختلف السياحة هنا في كل الأوقات **في أن الانسان أو العنصر البشري هو المحرك الرئيسي لها**، فالسياحة نشاط يتعلق بتواجه وتقابل البشر مع بعضهم البعض، ومهما بلغ تقدم المستوى التكنولوجي، **فإن هذه التكنولوجيا لاتستطيع أن تزود البشر بدفء وحرارة التجربة"السياحية" عند العودة للوطن take-home experience**، والسياحة نشاط يتعلق **ببيع الذكريات "الإنسانية"** بحيث لايمكن التضحية بذلك مقابل الحصول على عنصر الجودة[1].

والسياحة كأي نشاط اقتصادي أخر تحتاج إلى مدخلات معينة، ولكن تختلف هنا السياحة عن أي نشاط أخر بكونها تحتاج إلى مدخلات متعددة في نفس الوقت "اقتصادية– اجتماعية – ثقافية وبيئية"، وفي هذا السياق فإنه دائما مايتم وصف السياحة بأنها نشاط متعدد الأوجه **multi-faceted** ، وتنشأ هنا مشكلة خاصة بوصف السياحة "**كصناعة**" بسبب عدم وجود مدخلات الانتاج الرئيسية المعتادة ولعدم وجود مخرجات معينة من الممكن أن يتم قياسها بشكل طبيعي كما هو الحال مع الزراعة "أطنان من القمح" أو صناعة المشروبات " لترات من شراب الويسكي" [2].

إن تلك المدخلات الديموغرافية "التي تدخل في تكوين النشاط السياحي"" تحتمل الكثير من التنوع واشتراك العديد من الخصائص المختلفة الأيدولوجية والاجتماعية والثقافية والنفسية، ومن ثم،

---

(1) The Importance of The Human Element ‹Tourism in a world of technology‹ Article‹Peter E.Tarlow‹eTN Global Travel Industry News‹May 02‹2011.

(2) Leonard J. Lickorish- Carson L.Jenkins‹ An Introduction to Tourism ‹ Butterworth-Heinemann‹Thomson Litho Ltd‹ East Kilbride‹ Scotland‹1997‹P1.

فإن قياس الظاهرة السياحية من جانب المستفيدين داخل القطاع السياحي"**المخططين وواضعي السياسات على وجه الخصوص**" سوف يأتي من الصعوبة بمكان بسبب **تنوع وتعقد وتداخل** تلك المدخلات الديموغرافية المتعددة" خاصة تلك الجوانب المتعلقة بالخصائص النفسية والثقافية"، وهذه الصعوبات تأتي بالطبع من صعوبة قياس الظاهرة السياحية نفسها وعدم وجود معايير ثابتة لقياسها مع عدم وجود الامكانية الدقيقة **لتقييمها وتنظيمها** ومعرفة وتقييم فرص نجاحها في المستقبل بدقة.

وحتى مع تعدد وتنوع تلك العوامل الديموغرافية المختلفة، فأنه يبقى من الهام جدا هنا الاشارة إلى أن القرار الخاص بالرحلات السياحية هو يعتمد في جانب كبير منه"**مع تعدد الأنماط الديموغرافية المختلفة**" على الجوانب النفسية والدوافع الخاصة بالسائحين مع تعدد خلفياتهم العلمية والاجتماعية والثقافية وأعمارهم وأماكن تمركزهم .........الخ، مع وجود صعوبات كبيرة في تفسير وتحليل هذا الأمر.

وتحتاج عملية فهم حقيقة شخصيات الأفراد إلى وقت طويل، **ومن ثم، لايمكن تجميع جوانبها في صورة استفتاءات أو مقابلات تجرى مع السائحين لمعرفة الأسباب التي دفعتهم لزيارة تلك الأماكن . فالسائح كإنسان به كثير من الخبايا التي نحتاج إلى ادراكها حتى نتمكن من معرفة الدوافع الداخلية والخارجية التي شجعته على الاشتراك والقيام بمثل هذه الرحلات،** ومع ذلك فلابد أن نضع في الاعتبار أن الاستمرار بشكل مفرط في تحليل أنماط الشخصيات لن **ينتج عنه سوى بعض المعلومات المتضاربة**[1].

**إن المخططين السياحيين والمسئولين عن التنمية السياحية في الدولة في سعيهم نحو تفهم الظواهر الإنسانية والديموغرافية المحيطة بظاهرة السياحة " خاصة الجانب النفسي من التغيرات الديموغرافية" عن طريق دراسة السلوك الإنساني وتفسيره وتحليله والتنبؤ به في المستقبل، سوف يواجهون عدة عراقيل شديدة الصعوبة والتعقد،** فالأنظمة البشرية هنا تكون من الأمور المعقدة للغاية **extremely complex** ويكون متاح هنا فقط في ظل تلك الأنظمة البسيطة والثابتة فصل تلك المؤثرات السياحية بسهولة عن باقي المؤثرات التي تتعرض للتغيير (مثل الأنظمة المناخية والجغرافية والسياسية)، بينما في ظل أغلب تلك الأنظمة الكبيرة الاجتماعية والاقتصادية والطبيعية، يكون من المتعذر جدا فصل تلك المؤثرات السياحية عن تلك المؤثرات

(1) ستيفن بيج،إدارة السياحة، مرجع سابق، ص141.

الخاصة بهذه المعطيات الصناعية والثقافية[1] (مثال: التفاعلات البشرية والثقافية والمتغيرات الاقتصادية).

وتختلف هنا دوافع السفر **travel motivations** عن الغرض المتعلق بالسفر **travel purpose** في أنها توضح الأسباب الجوهرية **intrinsic reasons** التي تقف وراء خروج الشخص في الرحلة السياحية، فالشخص من الممكن أن يخرج في رحلة لغرض زيارة الأصدقاء والأقارب، ولكن الدافع الحقيقي **underlying motive** هنا قد يكمن في حل خلاف ما مع أحد الوالدين، أو لتجديد علاقة قديمة مع أحد الرفقاء[2]. **وعلى ذلك:**

إن ادراك الحاجات والرغبات الموجودة لدى السائح يعتبر من **ضمن أهم أولويات المسوقين السياحيين** سعيا نحو تحويل هذه الحاجات إلى حالة "**الطلب السياحي**" التي يعقبها عملية شراء المنتج السياحي بعد تدخل السياسات التسويقية. ولكن ثمة صعوبات تبدو ضمن ذلك الأمر تتمثل بشكل أبرز في عدم امكانية الادراك الفعلي للمسببات الحقيقية لهذه الحاجات السياحية المختلفة.

## ثانياً: صعوبة وتعقد طبيعة دراسة الحركات السكانية المختلفة:

إن المستفيدين داخل النشاط السياحي من واضعي السياسات السياحية والمخططين والمسوقين ، يعتمد تعاملهم مع الظاهرة السياحية في الأساس على البشر **حتى قبل وصولهم** عبر الرحلة السياحية إلى مقصد سياحي ما، وبالتالي، فإن هؤلاء المستفيدين لابد أن يكون عندهم ادراك كامل بأبعاد الخصائص والتغيرات الديموغرافية التي تطرأ باستمرار على سكان الأسواق السياحية المصدرة للمستهلكين أو السائحين، **وهذه البيانات المتعلقة بخصائص وصفات السكان تشكل أساس وضع سياسات التخطيط والتنمية السياحية من جانب الحكومات والشركات والمكاتب السياحية** لأنها تشكل مايعرف "**ببروفيل السائح**".

إن تلك التعقيدات المرتبطة بدراسة الحركات السكانية المختلفة لابد أن تشكل مصدر ازعاج وقلق لمخططي القطاع السياحي نظرا لأهمية وجود احصائيات دقيقة ومعبرة عن الواقع الفعلي لهذه الحركة ومانطوي عليها من أهمية وضع تنبؤات دقيقية متعلقة بحركة الطلب السياحي الدولي. وقد

---

(1) C.Michael Hall،Tourim Planning. Policies، Processes and Relationships،Second Edition، Prentice Hall،England،2008،P31.

(2) David Weaver،Martin Oppermann،Tourism Management،First Edition،John Wiley&Sons Australia،Ltd،2000،P196.

أجمع أغلب الباحثين والمشتغلين في علم الديموغرافيا أو السكان بأن المسألة أو القضية السكانية لاتتجاوز كونها تلك المعرفة والمفاهيم والأفكار والتصورات المتصلة بالسكان وبعلاقتها بالموارد المتاحة في المجتمع، وعليه فإن المعرفة المتصلة بعلم الديموغرافيا من شأنها أن تقدم كما هائلا من المعلومات عن السكان من حيث الحجم، الكثافة، المواليد،الوفيات،الخصوبة،التوزيع،الهجرة، الصحة، التغذية، تنظيم الأسرة وعلاقتها بالموارد المتاحة في المجتمع، والتي من شأنها أن تمكن صانعي القرار في المجتمع (واضعي السياسات السياحية) من تحقيق فهم أكثر عمقا وتفصيلا حول مثل هذه الظواهر، وبالتالي تمكنهم من التحكم بها والسيطرة عليها[1].

وتتميز الدراسات السكانية بطابع خاص بالنظر إلى أهميتها من الوجهة النظرية والعملية باعتبارها المؤشر الرئيسي لمعرفة حاجات المجتمع المادية، كالصحة والتعليم وقوة العمل والسوق وغيرها من الحاجات التي لايمكن الاستغناء عنها **(مثل الحاجة إلى تحقيق التنمية السياحية)** بالنظر إلى دورها المركزي في حياة السكان اليومية، كما أنه للدراسات السكانية دور كبير أيضاً في معرفة عدد السكان النشطين وغير النشطين وتوزيع القوى العاملة على مختلف النشاطات الاقتصادية كالزراعة والصناعة والتجارة (والسياحة) من أجل معرفة التوازن من عدمه على مستوى هذه النشاطات، وقد أصبحت الدراسات السكانية في عالم اليوم بمثابة المؤشر للدلالة على الرفاه الاجتماعي أو الفقر المدقع من خلال المقارنات العديدة التي تقدمها هذه الدراسات في ضؤ الكثير من المشاكل الاقتصادية المثارة على مستوى كل دولة، وبالتالي فقد زاد الاهتمام بهذه الدراسات من قبل دول العالم وأصبحت لها فروعا مستقلة تهتم بتطور السكان العددي والجنسي والعمري[2].وتنظر الديموجرافيا الشكلية إلى السكان على أنهم نسق يتكون من عناصر الحجم والتكوين والتوزيع وعمليات المواليد والوفيات والهجرة ،وتمثل هذه العناصر السكانية والعمليات محور الاهتمام الأساسي في الديموجرافيا[3]. وعلى ذلك، فإن أي مشكلة في تحصيل أو دقة تحصيل هذه البيانات قد لايلبي طموحات التنمية الشاملة بصفة عامة والسياحية بصفة خاصة، مع ماهو معروف من أهمية الدراسات السكانية للنشاط السياحي الذي يقوم في الأساس على حركة السكان، وبالتالي يكون حدوث أي تضارب أو عدم وضوح في حجم ونوعية تحصيل هذه البيانات أمر غير مستحسن داخل القطاع السياحي.

---

(1) منير عبد الله كرادشة،علم السكان .الديموغرافيا الاجتماعية، مرجع سابق، ص15.

(2) عماد مطير الشمري، الجغرافية السكانية "أسس وتطبيقات" ، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان،الأردن،2012،ص10.

(3) على عبد الرازق حلبي، علم اجتماع السكان،دار المعرفة الجامعية،الاسكندرية،2003،ص180.

**كيف تنشأ مشكلة إعداد البيانات السكانية؟**

هناك مصاعب عديدة ومختلفة كما ونوعا أمام الكثير من العلوم التطبيقية يمكن أن تصادف الباحثين فيها. وكلما قطع العلم شوطا زمنيا أكبر في مضمار تقدمه، كلما تغيرت طبيعة هذه الصعوبات وحجمها، ومن بين العديد من المصاعب التي تصادفنا عند البحث في الدراسات السكانية، هو الأساس العلمي والمادة الخام التي تعتمد عليها في بناء الإطار المنهجي والمحتوى العلمي لهذه الدراسات، وهذه المصاعب تختلف فيما بينها اختلافا كبيرا من حيث خصائصها وقيمتها زمانا ومكانا. إلا أنه يمكن القول بصفة عامة أن معظم أقطار العالم المتقدمة، لديها من المادة العلمية الصالحة، ومن البيانات والمعلومات المتقنة، مايمكننا من الاعتماد عليه من دراستنا لجغرافية السكان ولعلم السكان أكثر بكثير مما هو عليه الحال لدى الدول النامية والمتخلفة، وذلك على الرغم من كل الجهود التي تبذلها هيئة الأمم المتحدة لمساعدة هذه الأقطار في إخراج بياناتها واحصائياتها السكانية اخراجا جيدا عن طريق خبرائها وأجهزتها في شتى أنحاء العالم.

والأسس العلمية للدراسات السكانية تعاني بحق من عدم الدقة والخلط في بعض الأحيان إذا أخذناها كوحدة واحدة ونظرة عالمية شاملة ، وربما يرجع ذلك إلى الأسباب التالية:

**1- فقر وعدم كمال طرق التمويل المتعلقة بجمع المادة العلمية.**

**2- الشك في تعدادات السكان والجهل بمحتواها.**

**3- التقاريرالزائفة-خاصة مايتعلق منها بالسن والعمالة-التي تخرجها بعض الهيئات والمؤسسات.**

**4- التغيرات المستمرة لحركة السكان وحجمهم.**

**5- الاهمال في بيانات المناطق الجغرافية التي يصعب الوصول إليها.**

**6- اهمال بعض الجماعات السكانية التي يتعذر الاتصال بها أو التفاهم معها.**

ومن الواضح أن أي قصور في البيانات أو اختلال في صحتها ،سوف يجعلنا نجنى من النتائج مايضر ولايفيد، وربما تنتج معظم الأخطاء في تحصيل المادة العلمية السكانية من الاهمال في طريقة حصر السكان وتسجيلهم، وهذان الجانبان يتطلبان علما ووعيا كافيين حتى نستطيع أن نعتمد على مايقدماه لنا من مادة أساسية. وحتى لو أن ذلك تم ضبطه وتنظيمه على المستوى المحلي، فإننا سوف نجد تضاربا واضحا في النتائج من دولة إلى أخرى، وهذا راجع إلى الأسباب الأربعة التالية:

**1- اختلاف النظم الشاملة في إجراء التعدادات الشاملة للسكان.**

**2- نقص التعدادات القومية وافتقارها إلى الدورية والانتظام.**

**3- التغيرات المستمرة التي تطرأ على الحدود الادارية الداخلية للدول أو الحدود الدولية.**

**4- الاختلافات الكبيرة في بعض المفاهيم الواردة بالتعدادات مثل اللغة والأسرة والجنس وسكان الحضر والمواليد الأحياء...وغيرها**[1].

وتبرز تلك الصعوبات السابقة بشكل أكبر أمام مخططي وواضعي السياسات السياحية نظرا **لخصوصية العنصر البشري للنشاط السياحي واشتراك جميع العناصر السكانية في العملية السياحية** (حتى تلك الشرائح الخاصة بالمرضى وكبار السن) أكثر من أي نشاط اقتصادي أو صناعة أخرى. كما تبرز تلك الصعوبات بشكل خاص بسبب أن تلك المعلومات والبيانات السكانية المتطلب الحصول عليها لقاعدة بيانات القطاع السياحي هي **معلومات خاصة بالمعطيات الديموغرافية**، وهذه المعطيات تتعلق بعمليات التسجيل الحيوي للسكان في الدولة، أي تسجيل حركة التغيرات السكانية المختلفة في التكوين والتوزيع من مواليد –وفيات– هجرة– أنشطة اقتصادية..الخ، وهذه العمليات الخاصة بالتسجيل الحيوي للسكان ينتابها صعوبات كثيرة "خاصة في الدول النامية والمتخلفة" حيث يصعب تسجيل وحصر هذه التحركات المختلفة من آن لأخر أو أن تكون المعلومات المسجلة متناقضة أو غير واقعية أو يشوبها الغموض بسبب قلة وعي السكان.....الخ. ونستطيع ضرب مثال في هذا السياق هنا بحركة الهجرة وصعوبة تسجيل والحصر الدقيق لأعداد المهاجرين الفعليين في بعض الأحيان مع احتمالية كبيرة لوجود تداخل بين أعداد المهاجرين الفعليين وأولئك المهاجرين الغير شرعيين، كذلك تبدو هناك صعوبات كبيرة جدا في تسجيل وحصر أنماط الأنشطة الاقتصادية التي يمارسها السكان بسبب عدم وجود احصائيات تتعلق بذلك"حتى على مستوى الدول المتقدمة" ولصعوبة التحديد الدقيق لتلك الأنشطة الاقتصادية التي يعمل فيها مختلف الأفراد، وكذلك لتنامي ظاهرة الأعمال الخاصة والحرة خاصة في بلدان العالم المتقدم. هناك أيضا صعوبات متعلقة بعدم امكانية التصور الدقيق لبعض الخصائص السكانية في المستقبل، فبينما تبدو هناك سهولة نسبية في حصر أعداد المواليد والوفيات، فإن مؤشرات الخصوبة تعتبر من المتغيرات الغير متعذر الخلط بشأنها بسبب اعتمادها في الأساس على ثقافات وأنماط اجتماعية معينة خاصة بأفراد مجتمع ما.

---

(1) محمد عبد الرحمن الشرنوبي،السكان، مرجع سابق،ص ص:17-18.

**فلنستنتج إذا**

يواجه المستفيدون داخل القطاع السياحي عدة مشكلات مرتبطة بتعقد وغموض طبيعة بعض البيانات الهامة الخاصة بالمؤشرات الديموغرافية سواء من ناحية عدم دقة التعدادات السكانية أو صعوبة تتبع بعض البيانات الخاصة بحركة الهجرتين الداخلية والخارجية أو التنبؤ الدقيق بتلك البيانات الخاصة بالخصوبة في المستقبل أو أنماط العمل الاقتصادية للسكان أو نسب المواليد والوفيات (خاصة في حالة نشوب حروب أو اضطرابات سياسية معينة). ومن الطبيعي هنا وجود هذه الصعوبات نظرا لطبيعة علم الديموغرافيا الصعبة التي **لاتهتم فقط مثل علم اجتماع السكان بدراسة العوامل المؤثرة على مختلف الظواهر السكانية أو تحديد وتفسير مظاهر النمو السكاني، بل تهتم بعمل تصورات احصائية لهذه الظواهر السكانية المختلفة في الحاضر والتنبؤ بها في المستقبل على ضؤ مؤشرات الحاضر، والتعامل مع عالم الأرقام** فيما يخص ظواهر سكانية ديموغرافية "متغيرة" ، وربط ذلك بعالم الواقع والتنبؤات المستقبلية ومابنطوي عليها من وضع تصورات للطلب السياحي والتنمية السياحية بوجه عام **يعتبر من الأمور العسيرة جدا**، وبالتالى هنا، فإن هذه الطبيعة الصعبة تفرض تحديات كبيرة على المستفيدين داخل النشاط السياحي " **واضعي السياسة والمخططين والمسوقين**" من حيث أن عدم التصوير الاحصائي الدقيق لهذه الظواهر في بعض الأحيان بسبب وجود صعوبات كبيرة تم الإشارة إليها سابقا قد يؤدي إلى حدوث تضارب وتناقضات كبيرة قد تعيق التوصل إلى معدلات الطلب السياحي المنشودة في المستقبل.

## ثالثاً: صعوبة وتعقد دراسة بعض المتغيرات الديموغرافية :

تعتمد البيانات والمعطيات الديموغرافية على استخدام تلك التقنيات الاحصائية المختلفة التي ترسم صورة رقمية حقيقية لواقع هذه المعطيات وتتنبأ بشكلها المتوقع في المستقبل، ولقد كان لتقدم هذه التقنيات الاحصائية المختلفة في العصر الحديث محفز كبير على تطور علم الديموغرافيا في التعامل مع المعطيات السكانية المختلفة. ويعتمد علم الديموغرافيا على تلك الاحصائيات الحيوية للسكان أو مايطلق عليه بعمليات التسجيل الحيوي **Dynamic Registration**.

والتسجيل الحيوي هو نظام حكومي تقيمه الدولة في صورة مكاتب تنتشر في أرجاء البلاد لتسجيل الأحداث الحيوية بطريقة روتينية وإجبارية. تلك الأحداث التي تتعلق بدخول الفرد أو خروجه من الحياة، بالتغير في حالته المدنية التي قد تحدث له خلال حياته وخاصة حالات المواليد والوفيات

والهجرة والزواج والطلاق والتبني والانفصال والهجر، وذلك في وقت حدوثها أثناء العام، وتتمثل أهمية التسجيل الحيوي في اعتباره مصدرا هاما وأساسياً ومباشراً للمعطيات السكانية حول عوامل نمو وتغير السكان وخاصة عوامل المواليد والوفيات والهجرة، كما يساعدنا على قياس التغيرات في السكان بين الفترات المختلفة في حجم السكان أو تكوينه أو توزيعه[1].

وهذه التسجيلات الحيوية والتي تكون محور اهتمام علم الديموغرافيا الرئيسي، تشمل على الأخص تلك العناصر المسئولة عن عملية التغير السكاني في المجتمع وهي: **الخصوبة– الوفيات– الهجرة.** وهذه المؤشرات الديموغرافية قد ينطوي قياسها والتنبؤ بوضعيتها في المستقبل على صعوبات وعراقيل كبيرة بشكل أكبر من باقي المؤشرات الديموغرافية الأخرى، حيث أن تلك المستويات التعليمية والثقافية والاجتماعية والمستويات الصحية ومتوسطات الأعمار لا تطرأ عليها أي حالات صعبة في القياس والتنبؤ بها سوى في حدود ضيقة ، حيث أنها لاتدخل ضمن نطاق الحركات الطبيعية والحيوية للسكان. وفيما يلي أهم تلك الصعوبات المتعلقة بالدراسة الديموغرافية بصفة عامة:

1- إذا كانت الديموجرافيا الشكلية توفر لنا الحقائق في صورة رقمية كمية، وتستطيع بها أن تضع تنبؤات دقيقة حول حجم السكان ونموهم في المستقبل وما إليها، إلا أن ميل معدلات المواليد والوفيات والهجرة وغيرها إلى التغير يضع مشكلة أمام جهود الديموجرافي ويؤثر في تنبؤاته، ويؤدي به إلى الوقوع في الخطأ.
2- إن الديموجرافيا الشكلية تحصر جهودها كلية داخل نطاق الحقائق السكانية الرقمية وتجتهد في الكشف عن العلاقات بينها في هذا النطاق فقط، وتغفل تفسير هذه الظواهر السكانية في ضوء العوامل الاجتماعية من ثقافة ومعايير وقيم وأدوار وغيرها .
3- تعتبر الديموجرافيا واحدة من المداخل المنهجية غير الكافية في حد ذاتها لدراسة الظواهر السكانية، ذلك لأن الديموجرافيا منذ نشأتها قد اعتمدت على الأسلوب الاحصائي في الادراك والتوصل إلى المعرفة– الأمر الذي جعلها تركز علي أقسام ضيقة نسبيا من الواقع الموضوعي .
4- تعتبر هذه العمليات والظواهر الديموجرافية بمثابة مجموعات احصائية مما قد يصيبها بالقصور والخطأ[2].

(1) http://amina20.ahlamontada.com/t6093-topic،Accessed on: 24-11-2013.

(2) على عبد الرلزق الجلبي،علم اجتماع السكان، مرجع سابق، ص88.

ونعرض فيما يلي هذه المؤشرات الديموغرافية الحيوية "الخصوبة–الوفيات–الهجرة– " والتي تكون عرضة بشكل أكبر من غيرها لصعوبات كبيرة في التنبؤ والقياس :

**1- الخصوبة Fertility:**

من المقاييس الديموغرافية الهامة المستخدمة لمعرفة فرص الانجاب في المجتمع أو معدلات المواليد الخاصة بالمجتمع. هذا، ويجب التمييز هنا بين الخصوبة العادية وبين الخصوبة الفسيولوجية ، فالخصوبة العادية تقاس بعدد المواليد الأحياء الذين تنجبهم المرأة خلال فترة حياتها، والخصوبة الفسيولوجية تعني القدرة البيولوجية على الانجاب أو الحمل أي عكس العقم. والواقع إن دراسة الخصوبة يكون أكثر صعوبة وتعقيدا من دراسة الوفيات، وذلك يعود إلى عدة عوامل من أهمها–:

- في حالة الوفيات يكون المجتمع بكامله عرضه لخطر الوفاة، بينما في حالة الخصوبة تكون النساء في سن الانجاب هن فقط المعرضات "لخطر الولادة".
- في حالة الخصوبة يشترك الزوج والزوجة في عملية الانجاب ولكل منهما خصائصه الاجتماعية والاقتصادية والتي تؤثر على الخصوبة.
- تتأثر الخصوبة بالعوامل الاجتماعية والاقتصادية والاراء الشخصية إضافة إلى تأثرها بالعوامل الفسيولوجية.
- حدث الوفاة لايتكرر بالنسبة للشخص بينما حدث الولادة يتكرر من وجهة نظر الام(1).

ومن وجهة النظر السياحية، فإن شئ من الصعوبات والعراقيل قد يبدو بارزا هنا فيما **يتعلق برؤية واضعي السياسات السياحية والمخططين السياحيين نحو التنبؤ بمعدلات الخصوبة في المستقبل** ووضع الخطط والبرامج والسياسات المستقبلية وفقا لهذه المعدلات. حيث أن هذه المعدلات "كما سبق توضيحه" تتأثر بعدة عوامل اقتصادية واجتماعية "العرف والتقاليد" لايمكن اهمالها أو التغافل عن تأثيرها على معدلات الخصوبة والمواليد المتعلقة بالمجتمعات المختلفة وتبدو هنا الصعوبة أكبر فيما يتعلق بالتعامل مع الدول التي من المتوقع أن تشهد عدة تغيرات اقتصادية واجتماعية وثقافية غير متوقعة أو في حالة وجود أخطاء أو قصور في الحصول على هذه البيانات وعدم القدرة على تتبعها بدقة بسبب العوامل المذكورة.

(1) احصاءات الخصوبة، خالد زهدي خواجة، تقرير،المعهد العربي للتدريب والبحوث الاحصائية، ص1.

## 2- معدلات الوفيات Death Rates:

إن لتسجيل الوفيات أهمية قصوى، فعن طريقها يمكن تحليل الواقع الديموغرافي للسكان ومستوى النمو السكاني، كذلك لمعدلات الوفيات وتباينها أهمية كبيرة في معرفة المستويات الصحية وتقويمها وتنميتها، وبالطبع، فالوفيات هي إحدى المتغيرات الرئيسية لمعرفة حركة السكان في الماضي واسقاطها في المستقبل، كما أنها تدخل كأحدى محددات التكوين العمري والنوعي للسكان(1). ويقاس معدل تقدم أي مجتمع في مدى انخفاض معدلات وفيات الرضع والأطفال والأمهات لدى الولادة وفي تقدم وسائل وأساليب الرعاية الصحية التي تحارب وتمنع انتشار الأمراض. وعلى الرغم من السهولة النسبية لقياس معدلات الوفيات "مقارنة بمعدلات الخصوبة"، إلا أن تلك التنبؤات التي يضعها المسئولون والمخططون في أي دولة ( المخططون السياحيون هنا) بشأن هذه المعدلات الخاصة بالوفيات قد لاتتوافق مع التوقعات بشكل دقيق، نتيجة عدة أسباب رئيسية تكمن فيما يلي:

أ- عدم تقدم الوسائل الاحصائية في بعض الدول"خاصة النامية والمتخلفة" في قياس معدلات الوفيات "خاصة تلك المتعلقة بالأمهات والأطفال" وعدم وجود لجان متخصصة في بعض الأحيان أو وجود لجان متخصصة بهذا الأمر لاتقوم بعملها على وجه الدقة. فضلا عن عدم التبليغ عن حالات الوفيات في عدة حالات في بعض الدول وعدم وجود ترابط إداري بين أجزاء الدولة الواحدة يسمح بتسجيل جميع معدلات الوفيات.

ب- عدم امكانية وضع تنبؤات دقيقة في بعض الأحيان لعدة أسباب تتعلق بعدم امكانية التنبؤ بحجم الأمراض المنتشرة "خاصة الفجائية منها" أو التنبؤ بحجم الكوارث الطبيعية والبيئية والبشرية التي قد تنتشر في مجتمع ما "مثل الحروب".

ج- صعوبة التنبؤ والقدرة على قياس المدى العمري **lifespan** للإنسان والذي يعتمد على مقاييس قدرية لادخل للعنصر البشري فيها، على عكس قياس طول فترة بقاء الإنسان والتي يسهل قياسها بالمقارنة وتعتمد على عدة عوامل بيولوجية واجتماعية واقتصادية وتعليمية وثقافية.

وعلى ذلك، فإن تتبع هذه المعدلات الخاصة بالوفيات بدقة في الدول السياحية المختلفة يعتبر من المؤشرات الهامة لدى مخططي التنمية السياحية لتتبع مؤشرات النمو السكاني ومتوسطات الأعمار للفئات المختلفة، والصعوبات التي سبق ذكرها في تسجيل هذه المعدلات

---

(1) احصاءات ومقاييس الوفيات، خالد زهدي خواجة، تقرير،المعهد العربي للتدريب والبحوث الاحصائية، ص1

بسبب عوامل بعضها إرادي والأخر غير إرادي قد تؤثر على مدى التنبؤ الدقيق والفاعل من جانب مخططي التنمية السياحية لهذه المعدلات في الدول المختلفة.

### 3- الهجرة Migration:

تعد الهجرة أحد العناصر الثلاثة المسئولة عن التغير السكاني في مجتمع ما وهي الخصوبة والوفيات والهجرة. وتختلف الهجرة عن هذين العنصرين من عدة جوانب. فعلى عكس كل من الخصوبة والوفيات حيث يسهل جمع بيانات عنهما ومن ثم قياسهما بشكل دقيق (ولكن مع وجود صعوبات بخصوص طبيعة التنبؤ بهما)، فإن الهجرة يصعب قياسها بمثل تلك الدرجة من الدقة لأن تدفق المهاجرين لا يتسم بالثبات من الناحية الزمنية.

وبينما أتيحت لبعض الوقت تقديرات عالمية دقيقة بشكل معقول بشأن المهاجرين الدوليين حسب بلد المقصد، فقد شكل توثيق منشأ هؤلاء المهاجرين **تحديا رئيسيا**، ومع ذلك، فمعرفة البلدان التي ولد فيها المهاجرون الدوليون أو جنسياتهم أمر حاسم بالنسبة لسياسات الهجرة القائمة على الأدلة. وبالتالي، فالمعلومات عن حجم وأماكن تواجد المجتمعات العابرة للحدود الوطنية، أو المغتربين، أمر مهم بالنسبة لبلدان المنشأ ليتسنى لها تعبئة مواطنيها في الخارج من أجل تحقيق التنمية في الوطن[1].

وعند تطبيق ماسبق أعلاه على الجانب السياحي، **نجد أن مخططي وواضعي السياسات السياحية تنتظرهم صعوبات وتحديات كبيرة** تتعلق بما يلي:

1- عمليات تعريف وتحديد معنى المهاجر وتلك الخاصة بالاحصاء الدقيق لحركة الهجرة الدولية **(مهاجري الدولة السياحية الأم – المهاجرين المصريين على سبيل المثال)**، وهذه الصعوبات تتبلور بشكل أكبر فيما يتعلق بتنبؤات حركة الهجرة الدولية من دولة المنشأ "الدولة السياحية المصدرة للمهاجرين" حيث أن هذه التنبؤات قد يتعذر وضع احصاءات دقيقة لها بسبب صعوبة التوثيق الدقيق لهؤلاء المهاجرين وعدم اتسام هذه الحركة بالثبات من حيث العودة أو عدم العودة.

---

(1) الهجرة الدولية والتنمية، تقرير، منظمة الأمم المتحدة، الجمعية العامة، 2012، ص4. ووفقا للبنك الدولي ، بلغت التحويلات المالية إلى البلدان النامية 372 بليون دولار في عام 2011، وهي زيادة بنسبة 12 في المائة مقارنة بعام 2010 "نفس المصدر".

2- هناك صعوبات أخرى تنشأ بسبب وجود أعداد كبيرة من المهاجرين للخارج لايتم تسجيلهم أو حصرهم بشكل رسمي"**مهاجرين غير شرعيين**" وأيضا بسبب عدم امكانية التنبؤ بهذه الحركة مستقبليا لأسباب تتعلق بسياسات الهجرة في الدول المختلفة وعدم امكانية التنبؤ الدقيق بالأحوال السياسية والاقتصادية والاجتماعية ...الخ داخل دولة الأصل أو الدولة المستقبلة.

**فالهجرة من الظواهر الإنسانية المعقدة والتي لاتخضع لتقديرات فعلية ولا تتميز بالثبات الزمني أو المكاني على مر السنوات، وهذا مايصعب كثيرا من امكانية وضع تنبؤات دقيقة وواقعية لها من جانب المستفيدين داخل المجال السياحي**، وبالتالي قد يؤثر ذلك على امكانية تصور ووضع توقعات فعلية واقعية تصب في صالح التعامل مع التنمية السياحية في المستقبل.

**فلنستنتج إذا**

كان لتقدم البحث العلمي والاحصاء أكبر الأثر في عرض الحقائق السكانية المختلفة في صورة خرائط ورسومات وبيانات تمكن مخططي الدولة "السياحيين" من الاستفادة منها في وضع برامج التنمية المختلفة، ولكن هذه الاحصائيات المختلفة الخاصة بحركة السكان قد يشوبها الكثير من القصور والخطأ خاصة فيما يتعلق بعمليات التسجيل الحيوي "الخصوبة- الوفيات- الهجرة" الأكثر تعقيدا من عمليات التسجيل التقليدية "التعداد السكاني" والأكثر تعقيدا أيضا من قياس والتنبؤ ببعض المؤشرات الديموغرافية الأخرى مثل المستويات التعليمية والصحية والاقتصادية والاجتماعية. فضلا عن ذلك، فإنه هناك بعض المتغيرات الديموغرافية الأخرى التي يصعب التنبؤ بها ، بل وقياسها في الوقت الحاضر سواء على المستوى المحلي أو العالمي **مثل تلك المؤشرات الخاصة بأنماط العمل الاقتصادي ومستويات الدخول** "**الحقيقية**[1]" . وبالتالي هنا، فإن مسئولي القطاع السياحي يجب عليهم تتبع هذه المؤشرات الديموغرافية السكانية بدقة **من المصادر الموثوقة** والتركيز على تلك المؤشرات الخاصة بالدول المتقدمة والدول النامية الناشئة المصدرة للطلب السياحي الدولي بشكل يمكن من تقسيم السوق السياحي بشكل مناسب ووضع الخطط التسويقية والاستراتيجيات السياحية ذات الصلة.

---

(1) حيث يصعب تتبع ووضع مقياس دقيق لهذه الدخول بسبب تعدد وتنوع طبيعة الأعمال حتى عند الفرد الواحد ، وتنشأ هذه الظاهرة بصفة خاصة في الدول النامية.

**رابعاً: صعوبة تقدير والتمييز بين أهمية المكونات والتغيرات الديموغرافية المختلفة:**

إن مخططي ومسوقي القطاع السياحي في سعيهم نحو تقسيم السوق السياحي إلى شرائح مختلفة يسهل التعامل معها، فإن هذه التقسيمات أو التصنيفات الديموغرافية ( الجنس– مستوى التعليم والثقافة– المستوى الاجتماعي– المستوى الاقتصادي– الأسرة– الجنسية......الخ) دائما ما تفرض وجود تداخلات فيما بينها بشكل يصعب من مهمة فصلها التام نحو تصنيفات مستقلة وقائمة بذاتها. على سبيل المثال، **فإن ظاهرة الهجرة الدولية وربطها بالسياحة " زيارة المهاجرين بجنسيات مختلفة لبلدانهم الأصلية" تحتمل ادخالها ضمن عدة تصنيفات خاصة بالعوامل الاجتماعية والاقتصادية والدينية والثقافية والتعليمية.** وعلى سبيل المثال أيضا: فإن حلم أولئك المهاجرين الإنجليز في الولايات المتحدة في زيارة أرض الأجداد في المملكة المتحدة، أو حلم أولئك المهاجرين الأتراك في ألمانيا في زيارة أرض الأجداد في تركيا، فإن هذا الحلم يسيطر عليه ويحفزه عدة متغيرات منها مايكون عاطفي، ومنها مايتعلق بالعامل الاجتماعي ، ومنها مايرتبط أيضا بعوامل أخرى خاصة بالاقتصاد والدين والجنسية. وللتدليل أكثر على ذلك، نورد المثال التالي:

**( لنفترض أن هناك أسرة صغيرة " في إحدى الدول الأوربية المتقدمة" قررت قضاء إجازتها في إحدى المقاصد السياحية المشهورة بعناصرها التعليمة والثقافية البارزة "مكتبات علمية– متاحف أثرية ........الخ"، ومن أسباب اختيار الأسرة لهذا المقصد أيضا أن أصولها العرقية تعود إليه. وتقوم هذه الأسرة بالسفر في رحلة سياحية كلاسيكية، فتقوم أولا بالحجز على إحدى خطوط الطيران ذات الدرجة الأولى الممتازة بعد أن قد حجزت في إحدى الفنادق الفاخرة في المقصد السياحي باستخدام وسيلة الإنترنت والدفع بواسطة بطاقة الدفع الإلكترونية "الفيزاكارد"، وتصل هذه الأسرة إلى مطار المقصد السياحي وتقوم باستقلال وسيلة نقل خاصة "تاكسي" إلى الفندق الفاخر، وبعد أخذ بعض الشئ من الراحة في الفندق تقوم هذه الأسرة باشباع طموحها العلمي والثقافي، فتقوم بارتياد المكتبات العلمية والثقافية البارزة وشراء أهم الكتب العلمية والثقافية التي تقدم لمحات هامة عن تاريخ وتراث البلد السياحي المزار، مع زيارة المراكز الدينية والتاريخية البارزة في المدينة، مع حجز رب الأسرة في إحدى المراكز الطبية في المدينة المشهورة عالميا بعمل علاج وتقوية للقدرات البدنية. وبعد ذلك تقوم هذه الأسرة بزيارة الأقارب داخل هذا المقصد وتقضي معهم بعض الأوقات الممتعة. وقبل أن تشارف الرحلة السياحية على الانتهاء تقوم هذه الأسرة بعمل جولة تسوق في أهم المراكز التجارية في المدينة والمعروفة ببيع منتجات وسلع تشتهر بها هذه المدينة، بالاضافة إلى شراء منتجات حرفية وتقليدية تشتهر بها المدينة من**

**محلات بيع الحرف والعاديات التقليدية وشراء هدايا تذكارية للأقارب والأصدقاء في منشأ الزيارة).**

ومن خلال ذلك المثال التوضحي السابق نستطيع أن نحدد أهم المدلولات الديموغرافية لهذه الرحلة السياحية متضمنة بالطبع تغيرات ديموغرافية بارزة، وذلك من خلال شكل(11):

| البيان | المدلول الديموغرافي |
|---|---|
| **أسرة صغيرة** | **تركيبة الأسرة- تعليم "تغيرات"** |
| **طموح علمي ثقافي** | **مستوي علمي وثقافي"تغيرات"** |
| **أصول عرقية في المقصد** | **عامل عرقي "وديني"** |
| **حجز فندقي فاخر** | **عامل ثقافي-اقتصادي "تغيرات"** |
| **حجز إلكتروني** | **عامل ثقافي-اقتصادي "تغيرات"** |
| **ارتياد المركز الطبي** | **عامل صحي "تغيرات"** |
| **زيارة أصدقاء وأقارب** | **عامل اجتماعي- عرقي** |
| **جولة تسوق** | **عامل اجتماعي-اقتصادي- عرقي"تغيرات"** |

**شكل(11): المدلولات الديموغرافية لرحلة سياحية**

**المصدر: إعداد المؤلف**

وعلينا أن نلاحظ هنا أنه قد يكون هناك المزيد من التداخل داخل هذه التصنيفات السابقة بجانب تلك التوضيحات في الأعلى، على سبيل المثال، تركيبة الأسرة الصغيرة الحجم ذات الاتجاه العمودي والتي تضمن توفير أكبر قدر ممكن من التعليم لأفرادها ، لاتستطيع السفر "بشكل كلاسيكي" بدون توفر مستوى دخل مناسب "**عامل اقتصادي**"، وعلى نفس المنوال، فإن الحجز الفندقي الفاخر المشار بجانبه في الأعلى اقتران العامل الاقتصادي به قد يقترن معه العامل الاجتماعي "**وجود مستوى معيشي مرتفع**"، وكذلك زيارة الأصدقاء والأقارب "عامل اجتماعي- عرقي" يقترن معها العامل الاقتصادي بطبيعة الحال، وارتياد المركز الطبي "عامل صحي" يقترن معه عوامل أخرى ثقافية واجتماعية واقتصادية.

وبالطبع هنا، فإن ذلك المثال الموضح الخاص بسفر هذه الأسرة يتطلب وجود هذه العوامل المشتركة الموضحة أعلاه، وهنا قد نذكر العاملين الصحي والاقتصادي كأكثر العوامل المحفزة والمساعدة على السفر، وسبب ذلك باختصار أنه من غير المتعذر السفر "وخاصة السفر

الدولي الطويل" **بدون التمتع بصحة جيدة ودخل اقتصادي متاح، بينما قد يستمر نفس السفر ويطول بدون عوامل ومؤشرات ديموغرافية أخرى مثل العامل الثقافي – العرقي.** بمعنى أخر، قد تسافر هذه الأسرة في حالة عدم وجود دوافع ومؤشرات اجتماعية– ثقافية –عرقية "حتى مع كبر حجمها" ، بينما يتعذر تصور سفرها بدون كل من القدرتين الصحية والاقتصادية.

إن هذه المؤشرات الديموغرافية السابقة ومابنطوي عليها من تغيرات في تداخلها مع بعضها البعض تضع **مسئولي ومخططي ومسوقي القطاع السياحي** في حرج دائم فيما يتعلق بعملية تقسيم الشرائح المختلفة داخل السوق السياحي بهدف معرفة أسباب وتفضيلات السفر المختلفة " سواء كانت دائمة أو مؤقتة "، ومرد هذه الصعوبات في الأساس يكمن في عدم امكانية وضع فهم وتفسير واضح للظاهرة السياحية بشكل عام " كما سبق شرحه من قبل" ولمسألة الدوافع بشكل خاص ومايرتبط بها من تفضيلات تختلف وتتناقض مع بعضها في بعض الأحيان. وهنا يكمن دور جهاز التسويق السياحي في التعامل مع هذه الصعوبات.

إن السلوك "الإنساني" يكون **محفز بواسطة عدة أشياء،** فمن خلال وجود دافع واحد فقط، فنحن لانستطيع هنا تحديد ما إذا كان شخصا ما محفز لعمل شيئا ما في أي وقت بواسطة دافع واحد فقط. فمن الهام هنا من خلال مناقشة موضوع الحاجات والدوافع الشخصية الأخذ في الاعتبار **أن السلوك يصدر من خلال التفاعل بين عدة دوافع مختلفة، ويصدر دافع منها ويسيطر خلال وقتا ما في نفس الوقت الذي يتفاعل فيه مع عدة عوامل معينة اجتماعية واقتصادية ونفسية.** وهذه الدوافع من الممكن أن تكون فردية أو جماعية. **فالدافع الجماعي يشكل بمثابة الهدف النهائي ، وذلك الفردي يكون وسيلة لبلوغ ذلك الهدف النهائي.** على سبيل المثال، الشخص من الممكن تحفيزه ليأخذ إجازة منتجعات معدنية، وهذا قد لايبدو ربما أكثر من مجرد مؤشر لوجود دافع جماعي يتعلق بالحصول على الصحة الجيدة. ومن خلال هذه النظرة، فمن الممكن ملاحظة أن الحصول على تلك الصحة الجيدة من الممكن أن يتحقق عن طريق شئ أخر غير الحصول على تلك الإجازة[1].

إن التسويق السياحي هو نشاط يهدف في الأساس إلى التعرف على الحاجات والدوافع المختلفة المتعلقة بالمستهلكين أو السائحين ،ومن ثم التوفيق بين هذه الحاجات والدوافع المختلفة بهدف تحقيق الالتقاء بين كل من المستهلك والمنتج السياحي "**غاية التسويق الكبرى**"، ولكن

---

(1) Robert Christie- Alastair M.Marrison، The Tourism System ،Second Edition، Prentice-Hall International ،Inc،USA، PP:16،18.

تحقيق هذا الهدف قد لايبدو من الأمور المؤكدة في جميع الأحوال حتى مع فاعلية تلك الأساليب التسويقية والترويجية المتبعة، فمن الأمور البديهية المتعلقة بسلوك المستهلك السياحي أنه غير ثابت ومتغير من ناحية ، كما أنه يختلف باختلاف المواقف والتصورات من مستهلك إلى أخر، فما يبدو موقف جيد للبعض قد لايبدو جيد للبعض الأخر، ونظرية الدوافع البشرية من أصعب الأمور التي يتطلب ادراكها لأنها ترتبط بالسلوك الإنساني الذي يبدو من الأمور المعقدة جدا من ناحية التفسير العلمي الدقيق. ويبدو الأمر هنا **أكثر صعوبة عند التعامل مع ظاهرة ديموغرافية تتغير باستمرار ويصعب بشكل دائم الفصل التام بين مكوناتها وعناصرها المختلفة.**

## خامساً: تحديات مرتبطة بطبيعة الطلب السياحي:

عندما تحاول المنشأة السياحية تحقيق أهدافها بالحصول على موقف فعلي أو طلب سياحي من جانب السائحين ، تعترض هذه المنشأة " المؤسسة التسويقية السياحية" تحديات وعقبات كبيرة تفرضها طبيعة الطلب السياحي "الدولي" نفسه خاصة مع اقتران ذلك بالتغيرات الديموغرافية العالمية. وبعبارة أخرى، فإن خصائص الطلب السياحي قد تنسجم مع تلك التغيرات الديموغرافية كأمر طبيعي داخل هذا السياق، ولكن أيضا قد لاتنسجم أو تتوافق مع هذه التغيرات الديموغرافية في عدة حالات. ونستعرض هذه الحالة الأخيرة "**عدم التوافق**" من خلال توضيح أهم خصائص الطلب السياحي:

1- **الحساسية Sensitivity**: يتميز الطلب السياحي بالحساسية الشديدة وفقا لعوامل وظروف مختلفة سواء داخل المنشأ **Origin** أو المقصد السياحي **Destination**، وفيما يتعلق بارتباط ذلك بالتغيرات الديموغرافية التي نحن بصددها هنا، فإن هذه التغيرات قد تلقي بظلالها على زيادة وتعميق حساسية الطلب السياحي من حيث أن تلك الجوانب والأوجه السلبية المرتبطة بهذه التغيرات " اقتصادية- صحية-اجتماعية....الخ" يتأثر بها الطلب السياحي بشكل سريع. على سبيل المثال هنا: التغيرات الصحية "المفاجئة" السلبية مثل انتشار الأمراض والأوبئة في مجتمع ما تقلل فجأة من نسبة الاقبال على الطلب السياحي.

2- **التوسع Extension** : الطلب السياحي يملك خاصية التوسع تبعا لتحسن أحوال وظروف الدول المستقبلة والمرسلة للسياحة وتحسن تلك الظروف والأحوال المعيشية الخاصة بالسكان أو المستهلكين، والطلب السياحي في **حالة نمو وتوسع مستمرين وليس كما هو الحال مع بعض السلع التي تتوسع وتنتشر في السوق إلى أن تصل مرحلة الاشباع،ومن ثم هبوط مبيعاتها.** والتغيرات الديموغرافية السلبية تحد من انتشار مثل هذا الطلب السياحي كما هو

الحال مع انحسار ظاهرة الهجرة الدولية الخاصة بمجتمع ما نتيجة لسياسات دولية أو محلية معينة، أو كما هو الحال عندما يؤدي انخفاض نسبة الخصوبة في مجتمع أخر وارتفاع نسبة التشيخ، إلى الحد من انتشار أنواع معينة من الطلب السياحي " مثال :الطلب على سياحة المغامرات".

3- **عدم الثبات instability**: المنتج السياحي يختلف عن المنتجات الصناعية في وجود امكانية أكبر في **عدم تكرار استهلاك هذا المنتج مرة أخرى**، وعلى ذلك فإن الطلب السياحي هنا قد يكون غير قابل للتكرار. والتغيرات الديموغرافية هنا تزيد من حدة هذه المشكلة في عدة أحيان ، كما هو الحال على سبيل المثال عند حدوث تغيرات ايجابية ملحوظة في مستوى تعليم وثقافة شريحة معينة داخل السوق السياحي بشكل يخلق رغبات كبيرة فى الحصول على تجارب سياحية جديدة ومتنوعة وترك أنواع معينة من التجارب السياحية ، وهنا هذه التغيرات التعليمية تعمل بمثابة **عامل طرد** للمقصد السياحي، والطلب السياحي بصفة عامة.

4- **الموسمية Seasonality**: هذه الخاصية ملازمة للطلب السياحي بشكل كبير،على اعتبار أنه ينشط في مواسم معينة دون الأخرى نظرا لعوامل متعلقة بتركز الإجازات المدرسية والأعمال المختلفة في مواسم معينة وعوامل أخرى مناخية. وهنا ، قد يزداد أثر هذه المشكلة مع عدة تغيرات ديموغرافية سلبية وإيجابية فى آن واحد، كما هو الحال عندما يؤثر اقبال النساء على العمل في أوربا على تقليل معدلات اشغال الفنادق والسياحة في أحيان عديدة، أو عندما يؤدي الزواج المتأخر في أوربا إلى الحد من تكوين وانتشار الطلب السياحي المتعلق بالأسرة داخل موسم الإجازات، أو أخيرا عندما تؤدي التغيرات العمرية ونسبة تشيخ المجتمع الكبيرة إلى عدم الاقبال على رحلات السفر والسياحة في مواسم الذروة **peak periods**.

**<u>المستهلك السياحي في عالم متغير The Tourist Customer on a Changing World:</u>**

من الصعوبة هنا أن نضع تفسير في عبارات مطبوعة قصيرة لجميع تلك المشاكل التي سوف تعترض طريق التنمية السياحية "الطلب السياحي " في القرن الواحد والعشرين. وهذه الصعوبة تأتي بسبب طبيعة تلك التحولات الديناميكية "الحيوية" التي توجد في حضارتنا الحديثة(1). ولقد شهدت بداية القرن الواحد والعشرين حدوث تنمية شاملة فيما يتعلق بظهور قوة انتاجية أدت

(1) Tourism in the face of 21st Century's Challenges، Wieslaw Bogdan Alejziak،Paper، Institute of Tourism Academy of Physical Education Cracow، Poland،P1.

بشكل مباشر إلى تطور مستويات المعيشة على مستوى العالم، وهذه الظاهرة المذكورة ألقت بظلال كبيرة على حدوث تغيرات سلوكية، بالاضافة إلى تغير تركيبة الحاجات الخاصة بالطلب السياحي في الوقت الحاضر مقارنة بفترات أخرى سابقة. إن سائحي العصر الحديث يتم تشكيلهم وفقا لعدة عوامل مؤثرة " وفقا لظهور مايطلق عليه **بالسائح الجديد New Tourist**" ، وهناك ثلاثة مؤشرات تحديدا تؤثر على عملية الطلب السياحي وهي:

-**التغيرات الديموغرافية** والتطور الاجتماعي.

- زيادة مدة أوقات الفراغ والإجازات.
- تقسيم السوق والإجازات(1).

وعلينا هنا أن نلاحظ أن تلك التحديات التي يتوقع أن يواجهها **مستفيدي القطاع السياحي من واضعي سياسات ومخططين ووكلاء سياحة وأصحاب شركات سياحية ومسوقين** سوف تتضاعف مع طبيعة تغير هذا العصر الحديث في القرن الواحد والعشرين ، فهذا العالم الحديث قد تغير بشكل متسارع وغير مسبوق من قبل، فلقد كانت السرعة التي تسير بها حياتنا اليومية بطيئة بشكل ملحوظ:فالتحول الزراعي( **الموجة الأولى the first wave)** احتاج نحو 1000عام ليأخذ شكله النهائي- التحول الصناعي**(الموجة الثانية the second wave)** احتاج نحو 300 عام ليأخذ شكله النهائي، وهذه التحولات السابقة تعتبر في وضع غير مقارن مع سرعة وطبيعة تقدم عالمنا المعاصر حيث وجود التحولات التكنولوجية الأخيرة **(الموجة الثالثة third wave)** والمستمرة في عصرنا الحالي(2). وهذا العالم المتغير جعل المستهلك السياحي أكثر تغيرا،وأكثر قدرة على تمييز الأشياء ***more discerning***، مما أثر بدوره على سرعة تغير طبيعة وخصائص الطلب السياحي من حيث اتصافها بدرجة أكبر من عدم الثبات"التغير" والحساسية الأكثر حدة انسجاما مع طبيعة هذا العالم المتغير والمتميز بديناميكية عالية، وهذا العالم المتغير سوف يحمل معه مزيدا من التحديات أمام منظمي ومسئولي القطاع السياحي فيما يتعلق **بمسألة المستقبل**،أي كيفية مواجهة مستقبل يحمل معه الكثير من المتناقضات والتغيرات والتمسك بطموح تحقيق الموازنة بين **أولا:** تدفق أكبر قدر ممكن من السائحين مع اشباع رغباتهم، **وثانيا:** تحقيق قدر مناسب من الإيرادات السياحية يستغل لصالح أغراض التنمية السياحية المنشودة.

---

(1) The characteristics and specific features of modern tourist demand، Report، Annals of DAAAM & Proceedings، January 01،2009.

(2) Tourism in the face of 21st Century's Challenges،OP،Cit،P1.

## خاتمة الفصل الثالث:

بدأ الفصل مبحثه الأول بعرض التغيرات الديموغرافية المستقبلية العالمية وكيفية تأثيراتها المحتملة على عملية الطلب السياحي الدولي، وقد تم توضيح مالهذه التغيرات المستقبلية من أهمية متوقعة في التأثير على مسار عملية الطلب السياحي الدولي في العقود القادمة، فيما يتعلق بتلك الاتجاهات السكانية- اتجاهات الهجرة والاتجاهات الاجتماعية.....الخ . فهذه الاتجاهات السابقة وغيرها من خلال مؤشراتها المتوقعة مستقبليا والمعروضة في المبحث الأول، سوف تعني امكانية توسيع دائرة الطلب السياحي الدولي في ظل أن تلك التوقعات الخاصة بالتغيرات السكانية المختلفة مثل نمو سكان الحضر وارتفاع متوسطات الأعمار وتغير تركيبة الأسرة تعطي مؤشرات (على سبيل المثال) على تنامي الطلب المتعلق بالسياحة الريفية والسياحة الثقافية والسياحة المشتركة"بين الأجداد والأحفاد **grandtravel**" على التوالي. بينما يتوقع للتغيرات الصحية "مع توقع ازدياد معدلات بعض الأمراض" أن تؤثر على تنامي الطلب السياحي المتعلق بالحصول على العلاج والاستشفاء في المراكز الطبية المشهورة عالميا.

وتناول المبحث الثاني موضوع أخر ذو أهمية كبيرة يتعلق بطبيعة التحديات التي من الممكن أن تواجه مستفيدي القطاع السياحي جراء تسارع هذه التغيرات الديموغرافية العالمية، وهي في مجملها تحديات ترتبط بصعوبة دراسة الظاهرة السياحية نفسها وتعقد طبيعة الدراسات السكانية بشكل عام مع صعوبة دراسة بعض المتغيرات الديموغرافية نفسها. وشملت الصعوبات أيضا عدم امكانية التمييز الدقيق بين أهمية العناصر الديموغرافية المختلفة نظرا لكونها ظاهرة واحدة مركبة تنقسم إلى عدة فروع وأجزاء وتتميز بالتداخل والتشعب في نفس الوقت. وختم المبحث "والفصل" أبوابه باستعراض التحديات التي تواجه المستفيدين في القطاع السياحي بسبب طبيعة وخصائص الطلب السياحي نفسه، وبسبب طبيعة العالم المتغير الذي نعيش فيه والذي يؤثر على خصائص المستهلك السياحي نفسه الذي يقود بدوره عملية الطلب على المنتجات السياحية المختلفة.

# الفصل الرابع
# الدراسة التطبيقية: تأثير التغيرات الديموغرافية العالمية على الطلب السياحي الدولي الوافد إلى مصر

## مقدمة

عرفت مصر طوال تاريخها بأنها مقصد للسائحين منذ زارها "هيرودوت" فى التاريخ القديم مسجلا اندهاشه من اختلافها الشاسع عن بلاده، وظلت مصر كذلك طوال تاريخها الوسيط والحديث، غير أن اكتشاف آثار الفراعنة منذ بدايات القرن الماضى قد أضاف سحراً خاصاً إليها بجانب ما بها من آثار دينية وحضارية فريدة، اضافة إلى ما تتمتع به من موقع جغرافى وسط العالم ومناخها المعتدل صيفا وشتاء، وسواحلها السهلة الممتدة، وما بشواطئها من كنوز الشعب المرجانية الفريدة، وهو ما يعد من المزايا النسبية التى توفر عناصر وضمانات التنافس والتفوق المأمول(1).

## الوضع السياحي الحالي في مصر:

أفادت احصائيات للجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء في مصر بارتفاع عدد السائحين الوافدين إلى البلاد خلال سنة 2012 بنسبة 17.1 بالمائة مقارنة بسنة 2011. وحسب الأرقام التي تضمنتها النشرة السنوية المتعلقة بقطاع السياحة ،**فقد استقبلت مصر 11.5 مليون سائح خلال سنة 2012 مقابل 9.8 مليون سائح خلال عام 2011**، فيما كانت البلاد قد استقبلت سنة 2010 نحو 14.7 مليون سائح.

واحتلت سوق أوروبا الغربية المركز الاول في ترتيب الأسواق السياحية التي استهدفت مصر خلال السنة الماضية (2012) متبوعة بأوروبا الشرقية ثم الشرق الأوسط. ووفق المصدر نفسه، فقد ارتفع عدد السائحين القادمين من الدول العربية خلال العام الماضي (2012) بنسبة 26 بالمائة ليبلغ 2.3 مليون سائح مقابل1،8 مليون سائح خلال عام 2011، فيما ارتفع متوسط عدد الليالى للسائح الواحد خلال 2012 ليبلغ 12.6 ليلة مقابل 12 ليلة سنة قبل ذلك(2).

---

(1) موقع الهيئة العامة للاستعلامات، بوابتك إلى مصر، تاريخ مرور: 2-12-2013.

(2) http://www.alalam.ir/news/1455127، Accessed on: 20-12-2013.

وووفقاً لتقرير منظمة السياحة العالمية الأخير عام 2013 "البارومتر"، فقد ارتفعت عائدات السياحة الدولية إلى مصر بنسبة 14% خلال عام 2012، وجاءت في المرتبة الثانية والثلاثين من حيث العائدات متقدمة مرتبة واحدة بالمقارنة بعام 2011، وحققت عائدات بلغت 9،9 مليار دولار مقارنة بمبلغ 7،8 مليار دولار عام 2011. (1)

ويوضح لنا الجدول التالي "جدول42" البيانات الخاصة بتوزيع السائحين على مصر طبقا لمجموعات الدول خلال الفترة :إبريل- سبتمبر 2012:

**جدول(42): توزيع السائحين على مصر طبقا لمجموعات الدول خلال الفترة:إبريل- سبتمبر2012**

| مجموعات الدول | إبريل 2012 | مايو 2012 | يونيو 2012 | يوليو 2012 | أغسطس 2012 | سبتمبر 2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| عرب | 146448 | 138082 | 169699 | 191318 | 191645 | 213024 |
| أوربيون | 793550 | 604074 | 584257 | 729158 | 753913 | 683952 |
| أمريكيون | 24981 | 24045 | 28899 | 27797 | 25652 | 19956 |
| أخرى | 82209 | 79441 | 66666 | 65381 | 66575 | 76849 |
| الاجمالي | 1047188 | 845642 | 849521 | 1013654 | 1037785 | 993781 |

**المصدر: الجهاز المركزي للتعبئة العامة والاحصاء،مصر،نشرة السياحة الشهرية، 2013.**

**<u>ومن خلال الجدول السابق نلاحظ مايلي:</u>**

1- يتصدر السائحون الأوربيون قائمة توزيع السائحين الدوليين إلى مصر في شهر سبتمبر 2012 بعدد 683952 سائح ، يليهم السائحون العرب بعدد213024 سائح، ثم مجموعات أخرى ( أسيا-أفريقيا-الأوقيانوسيا- أمريكا اللاتينية- كندا- المكسيك) بعدد سائحين بلغ 76849، وأخيرا الأمريكيون بعدد 19956 سائح.

2- عدد السائحين العرب يرتفع بشكل ملحوظ تباعا خلال الفترة إبريل- سبتمبر 2012 "ماعدا حدوث تناقص في مايو 2012"، حيث يرتفع عددهم من 146448 سائح في إبريل 2012 إلى 213024 في سبتمبر 2012.

3- السائحون الأوربيون يتناقص عددهم من 793550 سائح في إبريل 2012 إلى 584257 سائح في يونيو 2012، ولكن يتزايد العدد حتى يصل إلى 753913 في أغسطس 2012 وذلك قبل أن يتناقص مرة أخرى إلى 683952 في سبتمبر 2012.

(1) World Tourism Barometer، Report،April 2013.

4- السائحون الأمريكيون يتناقص عددهم بشكل واضح خلال الفترة من عدد 24981 في إبريل 2012 إلى 19956 في سبتمبر 2012.

5- المجموعات الأخرى " سائحين من أسيا- أفريقيا- الأوقيانوسيا – أمريكا اللاتينية- كندا- المكسيك " يتناقص عددهم أيضا من 82209 في إبريل 2012 إلى 76849 في سبتمبر 2012.

وما سبق يوضح انخفاض حركة الطلب السياحي الدولي من جانب جميع الأسواق السابقة، وقد يبدو ذلك منطقيا بسبب بعض الأحوال السياسية الغير ملائمة في مصر ووجود بعض الأزمات "الاقتصادية" المتعلقة ببعض هذه الأسواق "خاصة أوربا الغربية"، ولكن لم يتأثر بذلك السوق العربي والذي يعد **السوق الوحيد** الذي لم تنخفض حركته السياحية "كما يوضح الجدول".

ويوضح الجدول التالي " جدول 43" النسبة المئوية لتوزيع السائحين في مصر خلال نفس الفترة السابقة: إبريل- سبتمبر 2012:

**جدول(43): توزيع السائحين على مصر خلال الفترة:إبريل- سبتمبر2012 "%"**

| مجموعات الدول | إبريل 2012 | مايو 2012 | يونيو 2012 | يوليو 2012 | أغسطس 2012 | سبتمبر 2012 |
|---|---|---|---|---|---|---|
| عرب | 14.0 | 16.3 | 20.0 | 18.9 | 18.5 | 21.4 |
| أوربيون | 75.8 | 71.4 | 68.8 | 71.9 | 72.6 | 68.8 |
| أمريكيون | 2.4 | 2.8 | 3.4 | 2.7 | 2.5 | 0،2 |
| أخرى | 7.9 | 9.4 | 7.8 | 6.5 | 6.4 | 7.7 |

**المصدر: الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء ،مصر ،نشرة السياحة الشهرية، 2013.**

**<u>ونلاحظ من خلال جدول "43" مايلي:</u>**

1- السائحون العرب ترتفع نسبتهم من 14% في إبريل 2012 إلى 21.4% في سبتمبر 2012.

2- الأوربيون تنخفض نسبتهم من 8،75% في إبريل 2012 إلى 68.8% في سبتمبر 2012، كذلك تنخفض نسبة الأمريكيين من 2.4% إلى 2.0% خلال نفس الفترة.

3- المجموعات الأخرى تنخفض أيضا نسبتها من 7.9% إلى 7.7% خلال نفس الفترة.

4- استحواذ السوق الأوربية الوافدة على أكبر نسبة من الأسواق السياحية التي تستهدف زيارة مصر "68.8% في سبتمبر 2012"، ويلي السوق الأوربية في الترتيب السوق العربية بنسبة 21.4% "سبتمبر 2012"، ويلي ذلك المجموعات الأخرى والتي استحوذت على نسبة 7.7% " سبتمبر 2012"، فيما بلغت نسبة الأمريكيين 2% فقط في نفس الفترة.

ويتضح مما سبق حقيقة انخفاض مستويات السياحة الوافدة في سبتمبر 2012 " تحديدا السوقين الأوربي والأمريكي"، وارتفاع مساهمة السوق العربي بالقياس، إلا أن **السوق الأوربي لايزال هو المهيمن** على تصدير حركة السياحة الدولية إلى مصر، كما تؤكد ذلك البيانات الصادرة من وزارة السياحة المصرية عام 2013، حيث تذكر أن نسبة السياحة الوافدة من روسيا ودول أوربا الغربية "ألمانيا- إيطاليا- فرنسا" تتعدى نسبتها "60%"، ويعد ذلك إمتداد واستمرار طبيعي لبروز حركة السياحة الدولية الوافدة من هذه الدول السابقة بشكل كبير في السنوات الأخيرة

## أهم مصادر وخصائص السياحة الدولية إلى مصر في الوقت الحاضر:

1- لايزال **السوق الروسي** هو المهيمن على السوق المصدر للسياحة إلى مصر، حيث تشير التوقعات الرسمية إلى تجاوز أعداد السائحين الروس **عدد 2 مليون سائح** في عام 2012. ويتجه السائحون الروس إلى الاستجمام في المنتجعات المصرية الشهيرة مثل الغردقة وشرم الشيخ خاصة خلال فترة أعياد الميلاد. وأغلب أشكال الانتقال تتم من خلال الرحلات السياحية الشاملة بسبب بعد المسافات وغياب الرفاهية الاقتصادية عند قطاع عريض من هذه الشريحة من المستهلكين.

2- عدد **السائحين الألمان** بلغ عام 2012 حوالي **1.164.556 سائح**، بزيادة قدرها 20.7% عن عام 2011 ، وبلغ عدد الليالي السياحية من ألمانيا عام 2012 حوالي 15.443.700 ليلة، بزيادة قدرها 28.9% بالمقارنة بعام2011، الأمر الذي دفع بألمانيا لتحتل المرتبة الثانية عام 2012 في قائمة الأسواق السياحية بعد روسيا بدلا من الثالثة عام 2011 بعد روسيا والمملكة المتحدة [(1)]. ويميل السائحون الألمان إلى عمل المزارات التاريخية والأثرية والثقافية، فضلا عن الاتجاه إلى سياحة الشواطئ في مدن البحر الأحمر. ويتنقل السائحون الألمان إلى مصر سواء من خلال الرحلات السياحية الشاملة أو من خلال أشكال مستقلة زوجية وفردية.

3- بلغ عدد **السائحين البولنديين** الذين زاروا مصر خلال عام 2012 أكثر من500 الف سائح ومن المتوقع أن تحقق الحركة السياحية الوافدة من بولندا خلال العام الحالي"2013" زيادة كبيرة خاصة مع بدء تشغيل الطيران المباشر بين القاهرة واسلو بواقع أربع رحلات اسبوعيا الامر الذي سيؤدي الي زيادة الزيارات المهنية بين البلدين من الوفود السياحية والتجارية وتبادل الخبرات في المجالات الاقتصادية المختلفة وخاصة في مجال السياحة العلاجية التي تمتلك

(1) http://www.abou-alhool.com/arabic1/details.php?id=25293#.Ud1zgXTpfIU،Accessed on: 10-7-2013.

فيها بولندا خبرة كبيرة[1]. وتتركز أغلب أنشطة السائحين البولنديين في زيارة المقاصد الشاطئية لمصر "بصفة خاصة الغردقة وشرم الشيخ" بشكل أكبر من المقاصد السياحية الأخرى الفريدة في مصر مثل القاهرة وأسوان والأقصر، وقسم كبير من هؤلاء السائحين يقوموا بالتنقل من خلال الرحلات السياحية الشاملة.

4- كشفت البيانات الخاصة بإتحاد الغرف السياحية المصرية عن تراجع أعداد **السائحين الفرنسيين** القادمين إلى مصر هذا العام "2013" بنسبة 75%، مقارنة بالعام الماضى (2012)، وفقاً لتقديرات وكلاء السياحة الفرنسيين، موضحة أن عددهم بلغ 450 ألف سائح عام 2012 . كذلك تشهد **السياحة الإيطالية** إلى مصر تراجعا واضحا منذ أحداث ثورة 25 يناير عام 2011، وإيطاليا من الأسواق الهامة المصدرة للسياحة إلى مصر، ويرجع سبب انخفاض أعداد السائحين الوافدين إلى مصر من فرنسا وإيطاليا في السنوات الأخيرة إلى تلك التحذيرات الأوربية من السفر إلى مصر بسبب بعض الأحداث السياسية الغير ملائمة، وبسبب سرعة تأثر السائحين في الدولتين "ودول أوربا الغربية بصفة عامة" من هذه التحذيرات بشكل أكبر من الأسواق السياحية الأخرى "مثل الأسواق الأسيوية وأسواق أوربا الشرقية". فضلا عن بعض الأزمات الاقتصادية الخاصة بالبطالة والتضخم في هذه الدول.

ومع استقرار الأحوال السياسية في مصر وانتعاش السوق السياحي المصري مرة أخرى، فإنه يتوقع سرعة توافد السائحين من كل من فرنسا وإيطاليا، وانتعاش السياحة الثقافية "التي يقبل عليها الفرنسيون" من خلال زيارة المقاصد السياحية الأثرية في القاهرة وأسوان والأقصر، وكذلك انتعاش السياحية الترفيهية وسياحة الشواطئ " التي يقبل عليها الإيطاليون" من خلال زيارة المقاصد السياحية الخاصة بالشواطئ في شرم الشيخ والغردقة. ويتوقع لهذا الانتعاش أن يكون كبيرا خاصة مع تميز انفاق هذه الشرائح السياحية من فرنسا وايطاليا" ودول أوربا الغربية بصفة عامة" بالارتفاع مقارنة بالشرائح الأخرى من أسيا والدول العربية ودول أوربا الشرقية، وبسبب تقارب المسافات بين أسواق هذه الدول والمقصد السياحي المصري، وأيضا بسبب تنوع أشكال وأهداف السياحة والسفر من هذه الدول " سفر ترفيهي- سفر ثقافي- سفر تعليمي- سفر اقتصادي....الخ" مقارنة بالأسواق الأخرى بفعل **التغيرات الديموغرافية المتسارعة** في هذه الدول "كما تم عرضه سابقا في كل من فرنسا وإيطاليا".

5- سوق **السفر العربي** إلى مصر يشهد انتعاشة واضحة في السنوات الأخيرة "كما يوضح جدولي 42-43"، وتشير تقديرات وزارة السياحة المصرية أن عام 2012 شهد ارتفاع في السياحة

(1) جريدة الأهرام المسائي المصرية، العدد 8109، مقالة تحت عنوان: 500 ألف سائح بولندي زاروا مصر في 2012، عدد 10 يوليو، 2013.

العربية الوافدة بنسبة 38% مسجلة قدوم نحو 2.4 مليون سائح مقابل 1.8 مليون سائح عربي قاموا بزيارة مصر عام 2011.

هذا، وقد تصدر السائحين الوافدين من السعودية قائمة السائحين العرب الأكثر انفاقا خلال زيارتهم لمصر وفقا لتقييم وحدة الدراسات الاقتصادية بوزارة السياحة حيث قدرت متوسط انفاقهم اليومى بنحو 102 دولار فى الليلة السياحية، بينما جاء السائح الكويتى فى المركز الثانى بنحو 94.5 دولارا، والسائح القطرى فى المركز الثالث بنحو 83.7 دولار.
وأكد التقرير أن السائح العربي يعد الأعلى اقامة خلال العام الماضى 2012 مقارنة بغيره من السائحين بمتوسط اقامة يتجاوز 11 ليلة.

وقال التقرير أن عدد الوافدين العرب خلال الربع الأول( يناير – مارس 2013 ) قد بلغ **520 ألف و353 سائحا عربيا** مقابل **483 ألفا و834 سائحا عربيا** فى نفس الفترة من عام 2012 بنسبة زيادة بلغت نحو 7.5%. وأن حجم الليالى السياحية العربية فى مصر المحققة خلال هذه الفترة بلغت 8.5 مليون ليلة، مقابل حوالى 7.4 مليون ليلة فى الربع الأول من عام 2012، وبنسبة زيادة بلغت 14.4%(1).

وتتميز السياحة العربية بشكل عام بتنوع أشكال وأهداف السفر وطول فترة الاقامة وتنوع مستويات الانفاق وعدم التأثر بأي شائعات اعلامية "بسبب تشابه الثقافات والبيئات"، فتركز السياحة الخليجية، على سبيل المثال، على السياحة الترفيهة وسياحة الشواطئ، ويتميز انفاقها بالارتفاع مقارنة بأسواق عربية أخرى، بينما تركز السياحة العربية من دول أخرى" مثل السودان وليبيا واليمن وسوريا "على أنواع معينة من السياحة مثل السياحة الثقافية " بسبب تركز أعداد كبيرة من طلبة الدول السابقة في مصر" والسياحة العلاجية، ويتميز انفاقها بالانخفاض النسبي مقارنة بالشريحة الأولى. كذلك ينشط سفر رجال الأعمال إلى مصر من عدة دول عربية " السودان– الجزائر– لبنان....الخ" في السنوات الأخيرة، وذلك يؤدي إلى تنشيط أنماط السياحة المرتبطة بهذا السفر مثل سياحة رجال الأعمال وسياحة المؤتمرات ويتميز انفاق هذه الشريحة بالارتفاع النسبي من خلال استخدام التسهيلات السياحية المختلفة المتعلقة بالنقل والاقامة والترفيه.

---

(1) http://www.masr11.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=20079:2013-05-18-08-16-42#.Ud2pdnTpfIU،Accessed on: 10-7-2013.

**مواصفات السائح القادم إلى مصر:**

**1- المستوى الاقتصادي:** سوف يتميز هذا المستوى بالتنوع على اعتبار أن المقصد السياحي المصري يعد مناسبا للمستويات الاقتصادية المختلفة من ناحية تعدد المنتجات السياحية" أثرية، تاريخية، تعليمية، ترفيهية .....الخ" وتنوع الرحلات والأسعار المقدمة والتي تعد ملائمة لشرائح مختلفة من السائحين، وسوف ينشط هنا بصفة خاصة سوق الاقتصاديات الناشئة "الهند،الصين،البرازيل، روسيا" والسوق العربي "خاصة رجال الأعمال من دول الخليج" لعمل زيارات سياحية متنوعة، وسوف يأتي مستوى الانفاق الأكبر من جانب سائحي الدول المتقدمة "خاصة تلك البعيدة عن مصر مثل أمريكا وكندا" مع محدودية مدة الاقامة الخاصة بهم قياسا بسائحي أوربا الغربية والدول العربية على سبيل المثال.

**2- المستوى الاجتماعي:** مع تنوع الرحلات الموجهة نحو المقصد السياحي المصري" رحلات فردية، زوجية، أسرة، شاملة" بسبب تنوع المنتج السياحي المصري، وأيضا بسبب ملائمة الأسعار المقدمة لمختلف شرائح السائحين،فإنه سوف يكون هناك تنوع كبير في هذه الشرائح من الناحية الاجتماعية، وسوف يكون هناك توجه كبير من أصحاب المستويات الاجتماعية الراقية "أوربا،امريكا الشمالية"، وكذلك رجال الأعمال من دول الاقتصاديات الناشئة لعمل زيارات سياحية متنوعة،كذلك سوف تتوجه الشرائح الاجتماعية المتوسطة المستوى من الدول الأسيوية والأفريقية لعمل زيارات أثرية وتاريخية متنوعة من خلال الرحلات السياحية الشاملة.

**3- المستوى التعليمي الثقافي:** سوف يتميز هذا المستوى بارتفاعه الكبير خاصة مع تقديم المنتج السياحي المصري لمزيج متنوع كبير خاص بالتراث التاريخي والثقافي والتعليمي، وسوف يكون ذلك مدفوع بزيادة أعداد المتعلمين والدارسين داخل المقصد المصري خاصة من جانب أولئك القادمين من أسواق أسيا والدول العربية، وسوف تتوجه شريحة عريضة من هذه الفئات نحو أشكال الاقامة الخاصة وعمل رحلات سياحية ذات تكلفة بسيطة.

**4- الجنسية:** سوف يكون هناك توجه كبير من أسواق معينة لزيارة المقصد السياحي المصري، وتتمثل بصفة خاصة في أسواق أوربا الغربية لعمل الزيارات الثقافية والأثرية والترفيهية، وكذلك السوق الروسي لعمل زيارات ترفيهية "شرم الشيخ"، وكذلك سوف تنشط الأسواق الأسيوية والعربية حيث الزيارات الأثرية والتعليمية بسبب وجود نسبة كبيرة من الفئات الطلابية داخل هذه الأسواق.

**5- العمر:** سوف يكون هناك توجه خاص من أصحاب الأعمار الكبيرة " خاصة من أسواق أوربا وأمريكا المتقدمة" والمتنقلين بأشكال مختلفة على عمل المزارات التاريخية والثقافية التي يشتهر بها المقصد السياحي المصري، بينما يتوجه الشباب وأصحاب الأعمار المتوسطة نحو عمل مزارات

متنوعة من أبرزها تلك الترفيهية والخاصة بالمغامرات، في حين يتنقل الأطفال مع أسرهم لعمل المزارات الثقافية والتاريخية والترفيهية.

**6- المستوى الصحي:** سوف يتميز هذا المستوى بارتفاعه الكبير خاصة من جانب سائحي دول أوربا وأمريكا المتقدمة مع تقدم وسائل الرعاية الصحية في هذه الدول بالشكل الذي يدفعهم "مع فضولهم العلمي والثقافي الكبير" إلى عمل مزارات تاريخية وثقافية داخل المقصد المصري.

**7- الهجرة:** سوف تنشط الزيارات الخاصة بالمهاجرين من أصول مصرية " في كندا، أمريكا، إيطاليا.....الخ" داخل المقصد السياحي المصري، وسوف يكون دافع هذه الزيارات هو الالتقاء بالأقارب والأصدقاء داخل الموطن الأصلي " سياحة زيارة الأصدقاء والأقارب".

## ❖ **تأثير التغيرات الديموغرافية العالمية على الطلب السياحى الدولى الوافد إلى مصر:**

### **أولا: التغيرات السكانية " نمو سكاني- تمركز حضري-خصوبة- جنس- شيخوخة":**

1- سوف يكون هناك توجه كبير للطلب السياحي الدولي على مصر من جانب الفئات العمرية الصغيرة "خاصة في وأسيا والدول العربية" بسبب التغيرات الملحوظة المرتبطة بالنمو السكاني داخل أسواق هذه الدول، فيما سوف يكون توجه كبير للطلب السياحي الدولي من جانب الفئات العمرية الكبيرة (60-85 عام) والتي يكون مصدرها بصفة خاصة قارتي أمريكا الشمالية وأوربا "**كما توضح الدراسة النظرية**" حيث سوف تسافر هذه الفئات بأشكال مستقلة أو من خلال الرحلات السياحية الشاملة لعمل مزارات متنوعة داخل المقصد السياحي المصري

2- من المتوقع أن يكون هناك مزيد من الاقبال على الطلب السياحي الدولي على مصر من جانب فئات الإناث "بصفة خاصة من قارتي أوربا وامريكا الشمالية وأسيا" بسبب التغيرات الديموغرافية المرتبطة بالتركيبة الجنسية العالمية والتوقعات الكبيرة بزيادة نسبة النساء على الرجال في العقود القادمة " **كما تم توضيحه في الدراسة النظرية**" اضافة إلى المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية وتلك المتعلقة بتغير تركيبة الأسرة وأشكال قوة العمل – مع تنامي ظاهرة السفر الزوجي " الذكر مع الأنثى".

3- مع زيادة التمركز الحضري في مختلف الدول الأوربية والأسيوية والعربية، فإن مستهلكي هذه الدول المتمركزين في المدن سوف يشكلون مصدرا هاما من مصادر الطلب السياحي الدولي الوافد إلى مصر خاصة **أسواق الدول العربية** والتي سوف تشكل أهم مصادر الطلب السياحي الوافد إلى مصر " كما أكدت الاحصائيات السابقة"، مع تميز مستهلكي هذه الأسواق بطول مدة الاقامة خاصة مع تشابه العادات والتقاليد مع سكان الدولة المضيفة.

4- التغيرات العالمية المتعقة بالخصوبة سوف تلقي بظلالها على تشكيل الطلب السياحي الدولي من خلال انتقال الأسر بأشكال وأحجام مختلفة إلى مصر، فتناقص معدلات الخصوبة في العالم الأول "مع تزايد متوسطات الأعمار" سوف يتيح فرصة أكبر للأجداد للتنقل من أجل

السياحة والسفر داخل مصر، وعلى الجانب الأخر، فإن **تزايد معدلات الخصوبة في العالم النامي** الأقل تقدما سوف يضمن توفير فرص كبيرة لتنشيط الطلب السياحي الدولى الوافد إلى مصر من خلال وجود أسر وعائلات ذات تنوع وأحجام أكبر"من العالم المتقدم".

**التأثيرات على الطلب السياحي الدولي الوافد:**

**أولا: تأثيرات كيفية:**

1- **خصائص السائحين:** أعمار مختلفة من السائحين " مع تركز واضح لكبار السن من العالم المتقدم"- تركز ملحوظ لفئات الإناث والأسر المختلفة الأحجام من العالمين المتقدم والأقل تقدم- ميل أكبر من جانب سكان الحضر للسفر "إلى مصر".

2- **المنتج السياحي:** منتجات سياحية متنوعة مثل سياحة الأسرة والسياحة الترفيهية- السياحة الثقافية- السياحة العلمية- سياحة التجوال - سياحة التسوق - سياحة المجموعات أو الأفواج- سياحة السفاري.

3- **مصادر المعلومات:** مع تنوع التغيرات السكانية المذكورة السابقة، فسوف يتم الاعتماد على وسائل متعددة للحصول على المعلومات السياحية خاصة الاعتماد على الوسائل التكنولوجية مثل الإنترنت وتقنيات الواي ماكس، بالاضافة إلى الصحف والمطبوعات المختلفة والوكالات السياحية للحصول على المعلومات المتعلقة بمصر.

4- **تجربة الاقامة:** سوف يتم اختيار وسائل الاقامة التي تتناسب مع التغيرات السكانية السابقة، مثل اختيار الوسائل التي تتلائم مع ارتفاع مشاركة فئات الإناث داخل السفر الدولي وتنامي ظاهرة السفر الزوجي والتمركز الحضري مثل الفنادق الفخمة والمعسكرات والمخيمات وبيوت الشباب.

5- **وسائل النقل المستخدمة:** اختيار وسائل النقل الملائمة والمناسبة للتنقلات الخاصة بالمجموعات السكانية المختلفة على اختلاف أعمارها ، وتلك المناسبة لتنقلات الإناث والأسر المختلفة " مثل الطائرات المتوجهة إلى مصر".

6- **تكرار التجربة السياحية:** سوف يعتمد الميل لتكرار الزيارة السياحية إلى مصر على المواقف المختلفة للمجموعات السياحية بكافة أشكالها ومدى الاشباع المتحصل عليه في السفر، كما سيعتمد ذلك على أحجام الأسرة ومدى القدرات الصحية لكبار السن.

**ثانيا: تأثيرات كمية:**

4- **تطور أعداد السائحين:** نمو هائل في أحجام السفر الدولي إلى مصر من داخل الأسواق الأسيوية والعربية "بصفة خاصة"، زيادة السفر الدولي إلى مصر من جانب سكان الحضر "خاصة أسواق أسيا وأوربا والدول العربية"، تطور سفر الإناث "خاصة من أوربا"، نمو سفر كبار الأعمار" خاصة من الأسواق المتقدمة في أوربا وأمريكا الشمالية".

5- **مستويات الانفاق:** سوف تعتمد على نوعية التغيرات السكانية المختلفة وتنوع كثافة وأحجام الطلب السياحي الدولي الوافد إلى مصر بفعل هذه التغيرات. الأفواج السياحية سوف يقل انفاقها، بعكس الأسر والأفراد والأزواج، حيث من المتوقع أن يزيد انفاقهم.

6- **زمن الرحلة السياحية:** من المرجح أن يتزايد مع سفر المجموعات السياحية المختلفة القريبة جغرافيا من مصر، بينما ينخفض مع سفر المجموعات السياحية البعيدة، كما يتأثر زمن الرحلة السياحية إلى مصر بطبيعة الرحلة أو البرنامج السياحي الخاص بزيارة الدولة.

**جدول (44):التغيرات السكانية المختلفة والأنماط السياحية الجديدة المقترحة في مصر**

| النمط السياحي الجديد | المقصد السياحي |
|---|---|
| سياحة الأسرة | منطقة أهرامات الجيزة- المتحف المصري بالقاهرة |
| سياحة الغوص | شمال الغردقة "محافظة البحر الأحمر" |
| سياحة السفاري | الصحراء البيضاء "محافظة الوادي الجديد" |
| السياحة العلمية | مكتبة الاسكندرية- المتحف المصري |
| سياحة المغامرات | جبال سانت كاترين "محافظة جنوب سيناء" |
| السياحة العلاجية | الواحات البحرية "الجيزة"- واحة سيوة "مرسى مطروح" |
| سياحة الإجازات | المنتجعات الشاطئية في شرم الشيخ والغردقة |
| سفر الأجداد مع الأحفاد | معبد الكرنك "الأقصر"- المتحف المصري- شرم الشيخ |

**المصدر: إعداد المؤلف**

## ثانيا: التغيرات الاجتماعية والاقتصادية:

1- الحالات الاجتماعية المرتبطة بالطلب السياحي الوافد على مصر سوف تتنوع وفقا للأسواق المختلفة، على سبيل المثال: السوق الأوربي سوف يشهد تنامي ظاهرة السفر الفردي "شرائح من العزاب والمطلقين والأرامل" بسبب التغيرات الاجتماعية الكبيرة التي يشهدها هذا السوق "خاصة التفسخ والانحلال الاجتماعي"، فيما تشهد أسواق أسيا والدول العربية تنامي ظاهرة السفر الجماعي للأسر المختلفة بسبب التغيرات التعليمية والثقافية المختلفة.

2- التغيرات الاجتماعية فيما يتعلق بالهوايات والاهتمامات المختلفة والعادات الاجتماعية سوف تلقي بظلالها على تنامي سفر المجموعات العمرية المختلفة من أسواق متعددة أهمها أسواق الدول المتقدمة " بريطانيا- كندا- أمريكا"، وكذلك بعض الأسواق الأخرى مثل" ماليزيا-الأرجنتين-الهند"، وسوف ينشط تبعا لذلك الطلب الخاص بالسياحة الفردية " الدول المتقدمة" وكذلك السياحة الزوجية " خاصة الذكر مع الأنثى من الدول المتقدمة" وسفر العائلات "الدول النامية".وهذه التغيرات الاجتماعية سوف تحدث بشكل خاص **بسبب وجود واشتراك مؤثرات مختلفة تكنولوجية واقتصادية واجتماعية**، وسوف يكون لها تأثير كبير على تنامي الطلب السياحي الدولي المرتبط بالسياحة الثقافية والعلمية إلى مصر.

3- تطور مستويات الدخول الشخصية خاصة في دول الاقتصاديات الواعدة والرفاهية الاقتصادية في العالم وتنامي الثراء يحمل تأثير ملحوظ على الطلب السياحي الدولي من خلال سفر أصحاب الدخول المختلفة ، وذلك يحمل برهان واضح على وجود تغيرات اقتصادية عالمية ملحوظة خاصة أنها لا تنطبق على فئات أو جنسيات محددة بعينها، بل تتميز بالتنوع على مستوى العالم بحيث أن ذلك سوف **يكون مدعاة كبيرة لتنشيط فرص تطور وتنويع مصادر الطلب السياحي الدولي الوافد إلى مصر مستقبلا** وزيادة الاقبال على منتجات الفخامة والرفاهية من جانب سائحي الدول المتقدمة من ناحية، وزيادة الاقبال على السفر من جانب سائحي المجموعات الاقتصادية الأقل تقدما لأغراض مختلفة "تعليم- ثقافة- ترفيه" من ناحية أخرى.

4- سوف يحدث هناك تنامي في سفر رجال الأعمال إلى مصر من جانب أسواق معينة في أوربا وأمريكا الشمالية أهمها "أمريكا- كندا – بريطانيا" ودول عربية وأسيوية من أهمها

"الهند والسعودية" ، وكذلك سفر الموظفين من دول تتميز بالتطور الكبير في مستويات الدخول الشخصية فيها مثل " بريطانيا- السويد- كندا"، ويعد ذلك انعكاس طبيعي لجملة من التغيرات الاقتصادية المختلفة التي تحدث في هذه الدول، ومن المتوقع هنا أن يحدث تنشيط الطلب الخاص بسياحة رجال الأعمال وسياحة المؤتمرات في مصر.

**التأثيرات على الطلب السياحي الدولي الوافد:**

**أولا: تأثيرات كيفية:**

1- **خصائص السائحين:** شرائح من السائحين تنتمي إلى الطبقات المرفهة اقتصاديا واجتماعيا "خاصة في العالم المتقدم" وتلك المتوسطة اقتصاديا واجتماعيا"خاصة في العالم الأقل تقدما".

2- **المنتج السياحي:** منتجات الفخامة بالنسبة للطبقات المرفهة "خاصة العالم المتقدم"، ومنتجات السياحة الجماعية والسياحة الثقافية "خاصة للطبقات المتوسطة في العالمين المتقدم والنامي".

3- **مصادر المعلومات:** مصادر متعددة بسبب تعدد وتنوع الطبقات الاجتماعية والاقتصادية في العالم "إنترنت- صحف ومجلات- وكالات سياحية...الخ".

4- **تجربة الاقامة:** منتجات الاقامة الفاخرة في الغالب للطبقات المرفهة- منتجات الاقامة الجيدة والمتوسطة بالنسبة للطبقات المتوسطة والشباب " مثل البنسيونات وبيوت الشباب والفنادق الجيدة".

5- **وسائل النقل المستخدمة:** وسائل النقل الخاصة والفاخرة بالنسبة للأثرياء وأصحاب الدخول المرتفعة- وسائل النقل الجيدة والمتوسطة المستوى بالنسبة للطبقات الأقل ثراء " مثل استخدام الطائرات في رحلات السياحة الجماعية".

6- **تكرار التجربة السياحية:** قد يكون هناك ميل كبير من جانب أصحاب الدخول الجيدة والمتوسطة في تكرار الزيارة السياحية إلى مصر" خاصة الزيارات الثقافية والتاريخية"، بينما قد لايكون هناك رغبة من جانب الأثرياء "في الغالب" لتكرار الزيارة والتفكير في تغيير المقصد السياحي.

**ثانيا: تأثيرات كمية:**

1- **تطور أعداد السائحين:** مع نمو الطبقات المتوسطة في العالم" خاصة في قارة أسيا"، فستحدث زيادة منتظرة في أعداد السائحين الوافدين إلى مصر في العقود القادمة، كما

سوف تزداد أعداد الأثرياء من الدول المتقدمة والدول الواعدة اقتصاديا مثل الهند والصين خاصة مع الزيادة السكانية الكبيرة المنتظرة فيهما.

2- **مستويات الانفاق:** سوف يرتفع انفاق الشرائح المختلفة التي تزور مصر في المستقبل مع الارتفاع الملحوظ في المستويات الاقتصادية والاجتماعية في العالم" خاصة قارتي أوربا وأسيا".

3- **زمن الرحلة السياحية:** من المتوقع أن يطول زمن الرحلة السياحية إلى مصر مع تطور المستويات الاقتصادية والاجتماعية في العالم " مصحوبا بتزايد الفضول العلمي" خاصة بين سائحي أمريكا الشمالية وأوربا".

**جدول(45):التغيرات الاجتماعية الاقتصادية والأنماط السياحية الجديدة المقترحة في مصر**

| النمط السياحي الجديد | المقصد السياحي |
|---|---|
| سياحة التسوق | سوق خان الخليلي" القاهرة" |
| سياحة رجال الأعمال | محافظتي القاهرة والجيزة |
| سياحة السفاري | الصحراء السوداء "الوادي الجديد" |
| السياحة العلمية | مكتبة الاسكندرية- المتحف المصري |
| سياحة المؤتمرات | القاهرة- شرم الشيخ |
| السياحة العلاجية | سفاجا "شاطئ البحر الأحمر" |
| سياحة الصيد | بحيرة قارون "الفيوم" |
| السياحة التطوعية | المناطق الريفية البسيطة- مناطق العشوائيات |

**المصدر: إعداد المؤلف**

## ثالثا: التغيرات التعليمية الثقافية:

1- تعد المستويات التعليمية والثقافية المرتفعة من أبرز وأهم الخصائص المرتبطة بالسائحين الوافدين إلى مصر في الوقت الحاضر، وأبرز الطبقات المرتبطة بهذه الخصائص تلك الوافدة من أسيا والدول العربية " خاصة الطلاب والباحثين" وتلك الوافدة من دول أمريكا الشمالية وأوربا الغربية **حيث وجود أبرز الطموحات والتغيرات التعليمية والثقافية المسجلة.**

2- فيما يتعلق **بالتغيرات التعليمية الثقافية،** وعن طريق ما تم اثباته من خلال مفاهيم الدراسة النظرية ، يلاحظ الاختفاء التدريجي الكبير للمستويات التعليمية المتواضعة والأميين ، فيما يلاحظ الارتفاع الملحوظ لحاملي الدرجات الجامعية وأولئك المسجلين في المدارس الابتدائية في مختلف أنحاء قارات العالم ، كما يلاحظ تنامي الاهتمامات الخاصة بالقراءة والاطلاع واستخدام التكنولوجيا على مستوى العالم ، وجميع سبق سوف يساعد على تشجيع طلب المنتجات السياحية ذات الطابع العلمي الثقافي من جانب فئات مختلفة حول العالم في مصر، **وبالتالي تنشيط أنماط السياحة العلمية والثقافية.**

3- أهم المجموعات السياحية التي يتوقع زيادة زيارتها إلى مصر في العقود القادمة هي تلك المجموعات التي استفادت من التغيرات التعليمية والثقافية الكبيرة في مجتمعاتها المختلفة من خلال الخروج للدراسة أو عمل الزيارات العلمية والثقافية في مصر، ويأتي في مقدمة هذه المجموعات تلك الأسواق الخاصة بأسيا "الهند- الصين"، أوربا الغربية " فرنسا- أسبانيا-إيطاليا-ألمانيا"، الأسواق العربية " ليبيا- اليمن- السودان"، أمريكا الشمالية" الولايات المتحدة- كندا".

4- من المتوقع أن يتزايد نشاط المستهلكين الأوربيين والأمريكيين في الخروج للسياحة الثقافية والتاريخية في مصر بفعل التغيرات التعليمية والثقافية المتلاحقة، وسينضم لهذه المجموعات بشكل متزايد دائما مستهلكي أسواق أسيا والدول العربية والمستفيدين من التغيرات التعليمية والثقافية الكبيرة في بلادهم. وسوف تنشط هنا على وجه الخصوص الأنماط الخاصة بالسياحة العلمية والجيولوجية التي تشتهر بها مصر، فضلا عن سياحة الاهتمامات الخاصة.

**التأثيرات على الطلب السياحي الدولي الوافد:**

**أولا: تأثيرات كيفية:**

1- **خصائص السائحين:** الطموح العلمي والثقافي الكبير خاصة لدى مستهلكي أسواق أوربا الغربية وأمريكا الشمالية- حب التعرف على كل ماهو جديد وغير مألوف داخل السوق السياحي المصري.

2- **المنتج السياحي:** منتجات السياحة العلمية والثقافية مثل السياحة الجيولوجية- السياحة الثقافية- السياحة الأثرية....الخ، حيث يكون هناك تركز ملحوظ للزيارات الخاصة بالمتاحف والمكتبات العلمية مثل المتحف المصري ومكتبة الاسكندرية.

3- **مصادر المعلومات:** تزايد الاعتماد على المطبوعات المختلفة مثل الصحف والمجلات والاعلانات المطبوعة في الحصول على المعلومات الخاصة بمصر "نتيجة ارتفاع وتطور المستويات التعليمية المختلفة"- وسائل التكنولوجيا المختلفة مثل الإنترنت والهاتف النقال.

4- **تجربة الاقامة:** وسائل الاقامة الاقتصادية "في حالة السياحة الجماعية" خاصة تلك الفنادق القريبة من المناطق الأثرية في القاهرة والجيزة- وسائل الاقامة الفاخرة خاصة في حالة السياحة الفردية- تأجير شقق "خاصة للطلاب من داخل أسواق الدول الأسيوية والعربية مثل ماليزيا وليبيا".

5- **وسائل النقل المستخدمة:** اختيار وسائل النقل الاقتصادية " الطائرات-الحافلات" من جانب مستهلكي أسواق الدول الأسيوية والعربية لتركز شريحة هامة من الطلاب والطبقات المتوسطة داخلها- اختيار وسائل النقل الخاصة والفاخرة من جانب أثرياء العالم من العالم المتقدم.

6- **تكرار التجربة السياحية:** قد يكون هناك ميل كبير لتكرار زيارة بعض المناطق السياحية الأثرية المصرية "منطقة الأهرامات- المتحف المصري- معبد أبي سمبل..الخ" خاصة مع تزايد الفضول العلمي والثقافي لدى مستهلكي أسواق أسيا وأوربا وأمريكا الشمالية، خاصة مع بقاء طلاب المنح الدراسية"خاصة طلاب ماليزيا- اليمن- ليبيا" في البلاد لفترات زمنية طويلة.

**ثانيا: تأثيرات كمية:**

7- **تطور أعداد السائحين:** زيادة هائلة في العقود القادمة في أعداد السائحين الوافدين لزيارة المناطق الأثرية المصرية خاصة من أسواق أسيا "ماليزيا- الصين-الهند"، أوربا الغربية "اسبانيا-فرنسا-إيطاليا"، الدول العربية" اليمن-ليبيا-السودان"، أمريكا الشمالية"كندا-أمريكا-المكسيك".

8- **مستويات الانفاق:** سوف ترتفع بسبب طول مدة الرحلات التعليمية الثقافية من جهة، والتطورات الاقتصادية في العالم "أسيا- أوربا الغربية- أمريكا الشمالية" من جهة أخرى " خاصة مع قوة العملة الشرائية في دول العالم المتقدم مقارنة بالعملة المصرية"، ولكن لايصل هذا الانفاق "في الغالب" إلى مستويات السياحة الترفيهية أو العلاجية.

9- **زمن الرحلة السياحية:** من المتوقع أن تطول مدة الرحلات السياحية مع تزايد الفضول العلمي والثقافي حول العالم" مستهلكي أسيا- أمريكا الشمالية- أستراليا-أوربا الغربية" من جهة، وبسبب الزخم التاريخي والأثري الذي تتمتع به مصر من جهة أخرى.

**جدول(46):التغيرات التعليمية الثقافية والأنماط السياحية الجديدة المقترحة في مصر**

| النمط السياحي الجديد | المقصد السياحي |
|---|---|
| السياحة الجيولوجية | محمية طابا "جنوب سيناء" |
| سياحة المكتبات | مكتبة جامعة الأزهر " القاهرة"- مكتبة الاسكندرية |
| السياحة العلمية | متحف الفن الاسلامي " القاهرة" |
| السياحة العرقية | مناطق النوبة- سيوة |

**المصدر: إعداد المؤلف**

## رابعا: التغيرات الصحية:

1- التغيرات الصحية " خاصة في الدول المتقدمة في أمريكا الشمالية وأوربا" سوف تلقى بظلال كبيرة على سفر كبار السن والمسنين (60-80 عام) من هذه الدول في رحلات سياحية مختلفة سواء بشكل مستقل أو من خلال برامج سياحية شاملة لزيارة المناطق الأثرية والتاريخية التي تشتهر بها مصر. وهنا سوف ينشط الطلب الخاص بالسياحة الثقافية والاشتراك في عدة أنشطة سياحية متنوعة.كما أن تلك التغيرات الصحية السلبية سوف تدفع إلى تنامي الطلب السياحي الوافد "من عدة دول عربية مثل ليبيا واليمن" والاقبال على السياحة العلاجية، ومن ثم انتعاش السياحة الثقافية والتاريخية من خلال زيارة الأماكن التاريخية والأثرية المختلفة أثناء الرحلة.

2- التغيرات الصحية تبرز بشكل واضح "من خلال ما أثبته العرض النظري للدراسة" عن طريق ملاحظة ارتفاع نسبة الانفاق الصحي لكل مواطن " خاصة في الدول المتقدمة:**كندا- بريطانيا- ألمانيا- أمريكا**" وسيؤدي ذلك إلى وجود مجموعات سياحية متنقلة ذات أعمار كبيرة تتمتع بروح الشباب والمغامرة من هذه الدول المتقدمة ودول أخرى تتطور فيها مستويات الرعاية الصحية بشكل كبير" دول الاقتصاديات الواعدة مثل **الهند والصين**"، ومما سبق سوف يؤدي إلى تنشيط الطلب السياحي الخاص بممارسة أنشطة سياحية متعددة "مثل سياحة الإجازات والاستشفاء والسياحة الترفيهية وسياحة المنتجعات " خاصة من جانب كبار السن في الدول المتقدمة ودول الاقتصاديات النامية.

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي الوافد:

### أولا: تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** شرائح من المستهلكين المتمتعين بحالات صحية ممتازة "مستهلكي أسواق أوربا الغربية-أمريكا الشمالية" والقادمين لزيارة مصر لأغراض ترفيهية وثقافية.....الخ. شرائح أخرى تزور مصر لأغراض علاجية "مستهلكي الأسواق العربية".

2- **المنتج السياحي:** منتجات السياحة العلاجية والاستشفائية- منتجات السياحة الترفيهية والسياحة الثقافية- منتجات السياحة العلمية.

3- **مصادر المعلومات:** تعدد مصادر الحصول على المعلومات الخاصة بمصر مثل وسائل الإنترنت- الوكلات السياحية- الصحف والمطبوعات المختلفة.

4- **تجربة الاقامة:** اختيار وسائل الاقامة الصحية في المواقع الملائمة " منتجعات شرم الشيخ الفندقية" من جانب سائحي الدول المتقدمة، مع اجتناب وسائل الاقامة الغير صحية والغير ملائمة "خاصة عند طلب السياحة العلاجية".

5- **وسائل النقل المستخدمة:** الاتجاه نحو اختيار وسائل النقل الصحية الملائمة ذات التسهيلات الخالية من التعقيدات "خاصة من جانب المستهلكين كبار السن"

6- **تكرار التجربة السياحية:** سيكون هناك رغبة كبيرة لتكرار زيارة المقصد المصري خاصة في الحالات المتعلقة بالسياحة العلاجية وسياحة الاستشفاء في المنتجعات السياحية والعلاجية " سيناء – شرم الشيخ".

**<u>ثانيا: تأثيرات كمية:</u>**

1- **تطور أعداد السائحين:** سوف تحدث زيادة هائلة في أعداد السائحين الوافدين إلى مصر في السنوات القادمة بسبب تزايد مستويات الرعاية الصحية "مستهلكي أوربا الغربية وأمريكا الشمالية" ، وبسبب تزايد الخروج للسياحة العلاجية والاستشفاء "مستهلكي الدول العربية".

2- **مستويات الانفاق:** سوف تتنوع وفقا للوضع الاقتصادي للسائحين وطبيعة الرحلة السياحية ووسيلة النقل المستخدمة ، مع توقع وجود مستويات انفاق مرتفعة في حالة السياحة العلاجية.

3- **زمن الرحلة السياحية:** سوف يزداد زمن الرحلة في حالة الخروج للسياحة العلاجية وسياحة الاستشفاء، بينما يتفاوت في أنواع السياحة الأخرى وفقا لطبيعة ومسافة الرحلة السياحية.

**جدول(47):التغيرات الصحية والأنماط السياحية الجديدة المقترحة في مصر**

| النمط السياحي الجديد | المقصد السياحي |
|---|---|
| السياحة العلاجية | منتجعات الغردقة- أسوان |
| سياحة الاستشفاء | حمام فرعون- حمامات موسى " سيناء" |
| سياحة تسلق الجبال | جبل موسى " جنوب سيناء" |
| سياحة المنتجعات الصحية | منتجعات البحر الأحمر وشبه جزيرة سيناء |

**المصدر: إعداد المؤلف**

## خامسا: تغيرات الهجرة:

التغيرات المرتبطة بتتابع حركات الهجرة الدولية " تحديدا من دولة مصر إلى الخارج" تلعب دورا هاما من خلال زيارة المهاجرين من أصول مصرية في الخارج لذويهم في مصر. وهذه التغيرات مرتبطة هنا بتنشيط الطلب السياحى الدولي من تلك الدول التي يستقر فيها المهاجرون المصريون"مثال: كندا- إيطاليا- الولايات المتحدة" لزيارة أجدادهم وأقاربهم في دولة المنشأ الأصلي"مصر". وبالتالي، سوف تنشط هنا الأنماط الخاصة بسياحة زيارة الأصدقاء والأقارب ، سياحة الحنين وسياحة التسوق في مصر.

## التأثيرات على الطلب السياحي الدولي الوافد:

### أولا: تأثيرات كيفية:

1- **خصائص السائحين:** شرائح من المهاجرين المصريين أو ذوى الأصول المصرية والمستقرين في عدة دول حول أنحاء العالم والراغبين في زيارة موطنهم الأصلي في مصر حيث الأجداد والأقارب.
2- **المنتج السياحي:** المنتجات المتعلقة بزيارة الأصدقاء والأقارب داخل الموطن الأصلي في مصر - منتجات سياحة الحنين والتسوق داخل مصر" الأسواق الشعبية مثل خان الخليلي".
3- **مصادر المعلومات:** الأصدقاء والأقارب داخل مصر، الصحف والمجلات والمطبوعات المختلفة، الوكالات السياحية للخروج إلى مصر في برامج سياحية مختلفة.
4- **تجربة الاقامة:** أنواع الاقامة الخاصة عند زيارة الأهل والأقارب والأصدقاء، الفنادق ذات المستويات المختلفة.
5- **وسائل النقل المستخدمة:** الطائرات في الغالب بسبب تباعد المسافات.
6- **تكرار التجربة السياحية:** سيكون هناك رغبة كبيرة لتكرار الزيارة السياحية المتعلقة برؤية الأجداد والأصدقاء.

**ثانيا: تأثيرات كمية:**

1- **تطور أعداد السائحين:** من المتوقع حدوث زيادة كبيرة في أعداد السائحين مع زيادة تمركز المهاجرين المصريين وعائلاتهم في عدة دول حول العالم خاصة في كندا وأمريكا وايطاليا.....الخ.

2- **مستويات الانفاق:** سوف تتميز باختلافها الكبير وفق مدة ونوعية الاقامة وجهة الوصول من الخارج لزيارة الأهل والأقارب في مصر.

3- **زمن الرحلة السياحية:** سوف تعتمد على الرغبات والتفضيلات الشخصية المختلفة للمهاجرين المصريين في الخارج ومسافة الرحلة.

**جدول(48):تغيرات الهجرة والأنماط السياحية الجديدة المقترحة في مصر**

| النمط السياحي الجديد | المقصد السياحي |
|---|---|
| سياحة زيارة الأصدقاء والأقارب | القاهرة-الاسكندرية-الجيزة....الخ |
| سياحة الحنين | القاهرة-الاسكندرية-الجيزة....الخ |
| سياحة التسوق | مراكز التسوق الكبرى في القاهرة-الاسكندرية |
| السياحة العلمية | مكتبة الاسكندرية- المتحف المصري |

**المصدر: إعداد المؤلف**

**فلنستنتج إذا**

فيما يتعلق بأهم الخصائص المختلفة للسائحين القادمين إلى مصر ومدى تطابقها مع أهم التغيرات الديموغرافية العالمية وتأثير ذلك على الطلب السياحي الدولي على مصر من خلال المفاهيم النظرية الخاصة بالدراسة، **نستطيع أن نستخلص أهم خصائص "بروفيل" السائح القادم إلى مصر من خلال مايلي:**

1- **أسواق الدول العربية** سوف تشكل مصدرا هاما من مصادر الطلب السياحي الوافد إلى مصر " كما أكدت ذلك مفاهيم الدراسة النظرية"، مع تميز مستهلكي هذه الأسواق بطول مدة الاقامة خاصة مع تشابه العادات والتقاليد مع سكان الدولة المضيفة ، ومسألة القرب الجغرافي وعدم التأثر بأية شائعات اعلامية أو سياسية مغرضة قياسا بأسواق أوربا الغربية "على سبيل المثال"، ويكون ذلك مصحوبا بجملة من التطورات الديمواغرافية التعليمية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية داخل هذه الأسواق العربية.

2- **أسواق دول أوربا الغربية** "التي تتصدر دولها حركة السياحة الوافدة إلى مصر مع روسيا" تحتل مكانة بارزة داخل السوق السياحي المصري من خلال سفر مواطنيها بمختلف أعمارهم ولأغراض سياحية مختلفة " أثرية- ثقافية- ترفيهية"، ويدعم ذلك التغيرات الديموغرافية الملحوظة المقترنة بمستهلكي هذه الأسواق.

3- يحتل **سفر كبار السن** "خاصة من الدول المتقدمة" مكانة هامة داخل السوق السياحي المصري، حيث تسافر هذه الفئات بأشكال مستقلة أو من خلال الرحلات السياحية الشاملة لعمل مزارات متنوعة داخل المقصد السياحي المصري مستفيدة بذلك من جملة من التطورات الديموغرافية الايجابية من أهمها تلك التطورات الصحية ، كذلك الأمر بالنسبة للمجموعات الشبابية والمتوسطة الأعمار من دول بعيدة مثل أستراليا و دول الاقتصاديات الواعدة والمسافرين داخل افواج سياحية شاملة "حيث وجود تخفيضات كبيرة"، والمسافرين لأغراض مختلفة تعليمية وثقافية وترفيهية مستفيدين أيضا من جملة من التغيرات التعليمية الثقافية والاجتماعية والاقتصادية.

4- أنماط الاقامة قصيرة المدى متعلقة في الغالب بسائحي الدول البعيدة عن مصر " مثال: أمريكا الشمالية وأستراليا " وذلك بسبب طول مدة السفر ووجود برنامج سياحي محدد في الغالب، بينما أنماط الاقامة المتوسطة والطويلة المدى تأتي غالبا من أسواق سياحية قريبة من مصر مثل الدول العربية والأفريقية ودول أوربا الغربية. وعلى ذلك سوف تختلف مستويات الانفاق الخاصة بهذه الفئات السابقة تبعا لطول مدة الاقامة. ولكن قد يكون من المرجح هنا أن تزداد مدة الاقامة الخاصة بسائحي الدول البعيدة "خاصة متوسطى وكبار السن" مع زيادة الفضول العلمي والثقافي ووجود رعاية صحية وامكانيات اقتصادية أكبر" **التغيرات التعليمية والصحية والاقتصادية**".

5- قد لا تؤثر الظروف السياسية غير المواتية التي يمر بها المقصد السياحي على قرار السائح للسفر مع زيادة الوعي التعليمي والثقافي **للسائح الجديد** " التغيرات التعليمية الثقافية" و تقدم وسائل التكنولوجيا وتتبع الأخبار الصحيحة "حال وجود أي شائعات"، ولكن الظروف الاقتصادية الغير ملائمة قد تحد من حجم الزيارات للمقصد السياحي المصري " ولو بشكل مؤقت".

6- **التغيرات الديموغرافية الايجابية المختلفة** سوف تلعب دورا بالغ الأهمية خاصة مع أهمية ومركز السوق السياحي المصري الخاص بين مختلف الأسواق العالمية، وسوف يعتمد مستقبل النمو السياحي في مصر على مرونة أجهزة الدولة السياحية في مصر في التعامل مع هذه التغيرات وصياغة الاستراتيجيات والسياسات المختلفة الكفيلة بالاستفادة منها خاصة أثناء الفترات التي يتعرض فيها الطلب السياحي الدولي لمصر إلى حالات من عدم الاستقرار أو التذبذب.

**جدول(49): التغيرات الديموغرافية العالمية والطلب السياحي على مصر**

| التغيرات الديموغرافية | أهم الأسواق المعنية |
|---|---|
| اقتصادية (رجال أعمال- أصحاب دخول مرتفعة) | بريطانيا- كندا-السويد - الهند -السعودية- الجزائر |
| تعليمية ثقافية( طلاب-بعثات ورحلات تعليمية) | أسبانيا- ماليزيا- أمريكا- كندا- ليبيا- اليمن |
| اجتماعية(سفر أفراد-زوجي-أسر) | أسبانيا- بريطانيا- كندا- أستراليا- سوريا-المكسيك |
| سكانية(عمر- جنس"إناث" - جنسية) | ماليزيا-الهند-كندا- أمريكا- السعودية-ليبيا |
| صحية ( كبار السن- مسنين-علاج) | بريطانيا- كندا- أمريكا- ألمانيا- ليبيا- اليمن |
| هجرة (مهاجرين مصريين ) | كندا-إيطاليا- الولايات المتحدة |

**المصدر: إعداد المؤلف**

# خاتمة عامة

1- التغيرات الديموغرافية العالمية المختلفة سوف تحد من بعض الآثار السلبية الخاصة بطبيعة الطلب السياحي نفسه، كما هو الحال مع صفة **الحساسية Sensitivity** المرتبطة بهذا الطلب وعدم تأثر المستهلكين "السائحين" بأي أحداث أو ظروف غير مواتية سياسية أو غيرها داخل المقصد السياحي.

2- التغيرات الديموغرافية سوف تحد من مشكلة الطلب السياحي المتعلقة **بعدم الثبات Instability**، والتي ترتبط بعدم تكرار استهلاك المنتجات السياحية، فهذه التغيرات، خاصة تلك الاقتصادية والاجتماعية والتعليمية، سوف تؤكد على وجود ذلك **الزائر المتكرر frequent visitor**.

3- سوف تحد هذه التغيرات الديموغرافية أيضا من مشكلة **الموسمية Seasonality**،حيث أنه مع استمرار تدفق البعثات التعليمية الخارجية سواء كانت جماعية أو فردية "**تغيرات تعليمية**"، تغير تركيبة الأسرة وتقلص أحجامها ووجود دور أكبر للأجداد في التنقل والحركة مع الأحفاد في الدول المتقدمة "**تغيرات اجتماعية**" ، فإن ماسبق وغيره، سوف يحد بشكل ملحوظ من هذه المشكلة المتعلقة بموسمية الطلب السياحي.

4- التغيرات الديموغرافية العالمية المتسارعة مجتمعة (بما فيها الجانب السلبي المرتبط بالتغيرات الصحية) سوف تدعم من خاصية الطلب السياحي المتعلقة **بالتوسع Extension**، فالنمو السكاني المتسارع "خاصة في الدول النامية واستمراره بمعدلات كبيرة"، زيادة التمركز الحضري في دول العالم النامي الأقل تقدما وزيادة متوسط أعمار السكان في العالم"خاصة النساء".......الخ ، فإن ذلك سوف يدعم من هذه الخاصية المتعلقة بتوسع الطلب السياحي وعدم وصوله إلى مراحل هبوط وتشبع "**التي تميز المنتجات الصناعية**".

5- سوف تدعم هذه التغيرات الديموغرافية المتسارعة من ديناميكية الخدمة (أي زيادة الاقبال على الخدمة بسبب هذه التغيرات) باعتبار أن هذه الخدمة تتصف في السياحة بكونها **حدث مباشرDirect Event** ، وهذا بدوره سوف يفعل من دور **التسويق الزمني Syncmarketing الذي يسعى لمقابلة العرض بالطلب**، والذي سوف يبحث باستمرار عن كيفية التعامل مع هذه التغيرات المختلفة.

6- زيادة متوسطات الأعمار العالمية جنبا إلى جنب مع التغيرات التعليمية والثقافية والصحية المتسارعة سوف تدفع بالمستهلك السياحي إلى **نسيان الذات والاستغراق أكثر في التجربة السياحية الحالية Forgetting Oneself and Being Totally Immersed in the Requirments of the Task at hand**، والحرص أكثر على مسألة **تغيير الطبيعة والبيئة المعتادة Change of Scene and Pace**، وهذه التغيرات التعليمية والثقافية وزيادة الانخراط في المؤسسات التعليمية المختلفة سوف تدفع المستهلك أكثر نحو طلب الرحلات ذات المجموعات المختلفة **Group Focused**.

7- التغيرات المتسارعة الخاصة بمستويات المعيشة وتنامي أهمية التكنولوجيا والإنترنت"**خاصة تقنية الاتصال المتحرك بالإنترنت Mobile Broadband** " بين سكان أسيا وأمريكا الجنوبية على وجه الخصوص، سوف تجلب تسهيلات أكبر لحركة الطلب السياحي الدولي بحيث تزيد من كثافة وتنوع هذا الطلب وتؤدي إلى تكوين مايطلق عليه السائحين **متعددي المهام أو الهوايات Multitaskers** ، أو هؤلاء البارعين في استخدام التكنولوجيا **Technology Savvy**، وذلك بالتالي، سوف يدعم ظهور أنماط جديدة داخل الحقل السياحي.

8- التغيرات الاجتماعية المختلفة "الاتصال بالأخر" سوف تدعم من قيمة **التجربة السياحية لدى العودة إلى الوطن Take-Home Experience**، وهذه التجربة سوف تحمل دعاية كبيرة لكل أولئك الراغبين في السفر والسياحة وتزيد من تنشيط سوق السياحة الدولي.

9- التغيرات الاقتصادية والتعليمية المختلفة مع وجود تقارب في المسافات الجغرافية والخصائص الاجتماعية (كما هو الوضع بالنسبة لحال السياحة العربية نحو مصر) سوف تدفع إلى تنامي حركة الطلب السياحي الدولي المقترنة بالحصول على العلم والثقافة والترفيه، خاصة مع **ارتفاع مستويات الحصول على التعليم في الدول العربية.**

10- سوف تبرز بشكل كبير في السنوات القادمة ظاهرة السفر الفردي من دول أوربا وأمريكا الشمالية المتقدمة كنتيجة طبيعية لتغير الحياة الاجتماعية في هذه الدول والانحسار المتوالي لظاهرة الزواج وتنامي ظاهرة الطلاق وانحلال التقاليد الثقافية والاجتماعية، وهذه الفئات الفردية **Singletons** سوف تحمل رغبات واختيارات أكبر متعلقة بالسفر والسياحة نظرا لتحررها من أي قيود بخصوص هذه الاختيارات. كما أن هذه الفئات سوف

يروق لها اختيار الإجازات المميزة التي تقدم عناصر خاصة بالمغامرة وتجربة منتجات سياحية جديدة.

11- تقلص أحجام الأسرة بسبب انخفاض معدلات الخصوبة "خاصة في الدول المتقدمة" سوف يؤدي **إلى تزايد المقدرة الانفاقية للاسرة** وخروجها لممارسة أنشطة سياحية مختلفة " مع تطور المتغيرات الصحية والتعليمية والثقافية "، كما أن زيادة أحجام الأسرة بسبب ارتفاع معدلات الخصوبة "خاصة في الدول الأقل تقدما" سوف يوفر فرص أفضل لحركة الطلب السياحي الدولي في المستقبل من حيث حجمه وكثافته ونوعيته "خاصة أيضا مع تطور المتغيرات الاقتصادية و الصحية والتعليمية والثقافية".

12- تغير توزيع السكان العالمي وتنامي معدلات التحضر العالمية "المعروضة احصائيا" مقارنة بمعدلات الحياة في الريف والقرى والمدن الصغيرة، سوف يؤدي إلى خلق طلب كبير على منتجات السياحة الريفية والاقبال على منتجات العودة إلى الطبيعة بسبب ضغوطات وتعقيدات الحياة المدنية الحديثة.

13- التغيرات الديموغرافية العالمية بصفة عامة سوف يكون لها تأثير بالغ على تشكيل طبيعة الطلب السياحي الدولي في المستقبل، ولكن مع وجود تفاوتات واضحة في تأثير هذه التغيرات المختلفة. وبشكل عام، يكون التأثير الأبرز لهذه التقسيمات والتغيرات الديموغرافية العالمية المختلفة متعلق بتلك **التغيرات الاقتصادية والتغيرات التعليمية الثقافية** "على حد السواء تقريبا" **على ضوء ماتم التوصل إليه من خلال العرضين النظري والعملي للدراسة.**

14- **التغيرات المرتبطة بتتابع حركات الهجرة الدولية** " تحديدا من دولة مصر إلى الخارج" تلعب دورا هاما من خلال زيارة المهاجرين من أصول مصرية في الخارج لذويهم في مصر. ولقد تم تقرير ذلك في الدراسة العملية "الاستبيان ، وأهمية هذه التغيرات هو أنها سوف تساعد في تطوير أنماط سياحية مرتبطة بها مثل سياحة زيارة الأصدقاء والأقارب، وسياحة الحنين، وكذلك سياحة التسوق.

15- من أبرز التحديات التي سوف يواجهها المستفيدون داخل القطاع السياحي " من مخططين وواضعي سياسات سياحية ومنظمين ومسوقين وأصحاب شركات ووكالات

سياحية " هي تلك المرتبطة بصعوبة تفسير وتحليل الظاهرة السياحية نفسها ووضع تصورات معينة دقيقة لها من ناحية، وصعوبة دراسة الظاهرة الديموغرافية نفسها والفصل بين المؤشرات والتغيرات الديموغرافية المختلفة بسبب تداخل هذه المتغيرات السابقة من ناحية أخرى، مما قد يشكل تحدي كبير أمام وضع سياسات وخطط تقوم على قاعدة بيانات واحصائيات ثابتة ومستديمة. وهناك أيضا صعوبات قد يواجهها مخططي ومسوقي القطاع السياحي بسبب التغيرات المتعددة التي يشهدها السلوك السياحي نفسه وظهور مايطلق عليه **بالسائح الجديد ذو التغيرات الديموغرافية المختلفة الملحوظة.**

16- هناك عدة متغيرات **اجتماعية** "الاتصال ومعرفة الأخر"، **وتكنولوجية** " تطور تقنيات الاتصال المتحرك بالإنترنت وتقنيات الوايماكس"، **وسياسية** " تطور السياسات الخاصة بتشجيع السفر في الدول المختلفة مثل الصين والهند وأوربا الغربية"، سوف تلعب دورا كبيرا في التأثير بالإيجاب على التغيرات الديموغرافية العالمية المختلفة، وبالتالي تدعيم عملية الطلب السياحي الدولي وتساعد في ظهور أنماط سياحية جديدة لم تكن معهودة في السابق، كما أن هناك متغيرات **اقتصادية** سلبية معينة سوف تعمل بمثابة عامل طرد في تشكيل عملية الطلب السياحي الدولي"وقد تكون مؤقتة".

17- سوف تدعم التغيرات الديموغرافية العالمية وجود أنماط سياحية جديدة غير مألوفة من قبل، على سبيل المثال ، التغيرات المتعلقة بحركة الهجرة سوف تؤدي إلى تنشيط ذلك النمط السياحي المتعلق بالعودة إلى الجذور" أي زيارة الموطن الأصلي حيث الأجداد والأصدقاء"،كذلك فإن التغيرات الاجتماعية والاقتصادية المتسارعة سوف تدعم وجود أنماط سياحية جديدة مثل سياحة الجولف وسياحة التسوق...الخ، أما التغيرات الصحية، فسوف تدفع إلى تنشيط عدة انماط سياحية حديثة مثل السياحة العلاجية والسياحة الإنسانية. وبالتالي هنا، فإن الفرض الثاني للدراسة: "**التغيرات الديموغرافية العالمية هي المسئولة عن ظهور بعض الأنماط السياحية الجديدة**" يثبت صحته أيضا.

# المـراجــــــــع

## أولاً:- المراجع العربية:

**الكتب:**


1- جليلة حسن حسنين، اقتصاديات السياحة، الإسكندرية، 2003.

2- جليلة حسن حسنين، دراسات في التنمية السياحية، جامعة الإسكندرية، 2007.

3- حميد عبد النبي الطائي– بشير عباس العلاق، سلوكيات السائح والطلب السياحي، عمان، الأردن، 2000.

4- دلال عبد الهادي، اقتصاديات صناعة السياحة، الفتح للطباعةوالنشر ،الاسكندرية،2004.

5- ستيفن بيج، إدارة السياحة، إدارة من شأنها أن تحدث فرقا، الترجمة باعتماد/ د .خالد العامري، الطبعة العربية الثانية 2008، دار الفاروق للاستثمارات الفندقية.

6- سناء الخولي، الأسرة في عالم متغير،دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2011.

7- صبري عبد السميع ، التسويق السياحي والفندقي، أسس علمية وتجارب عربية، المنظمة العربية للتنمية الإدارية القاهرة،2006.

8- على عبد الرازق حلبي، علم اجتماع السكان،دار المعرفة الجامعية،الاسكندرية،2003

9- علياء شكري، الاتجاهات المعاصرة في دراسة الأسرة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000.

10- عماد مطير الشمري، الجغرافية السكانية "أسس وتطبيقات" ، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان،الأردن،2012.

11- مثنى طاهر الحوري ،السيد اسماعيل الدباغ، اقتصاديات السياحة ، الجامعة المستنصرية ،بغداد ،العراق، 1989.

12- محمد أحمد الزعبي، الكتاب المرجعي في الثقافة السكانية: دراسة نظرية– تطبيقية، مركز الدراسات والبحوث اليمني، صنعاء"بدون سنة نشر".

13- محمد السيد غلاب، محمد صبحي عبد الحكيم، السكان ديموغرافيا وجغرافيا، الطبعة السادسة، مكتبة الأنجلو المصرية ، 1998.

14- محمد دويدار، مبادئ الاقتصاد السياسي،كلية الحقوق، جامعة الاسكندرية "بدون سنة نشر".

15- محمد عبد الرحمن الشرنوبي، السكان، مكتبة الأنجلو المصرية" بدون سنة نشر".

16- مصطفى الشلقاني، طرق التحليل الديموجرافي، طبعة ثانية،جامعة الكويت، 1994.

17- منير عبد الله كرادشة، علم السكان. الديموغرافيا الاجتماعية، عالم الكتاب الحديث، السعودية، الطبعة الأولى،2010.
18- ندا ذبيان، الدراسات السكانية : مناهج- فلسفات- متناقضات، الطبعة الأولى، دار مؤسسة رسلان ، دمشق، سوريا، 2010.
19- هالة عبد الرحمن الرفاعي،التأثيرات الاجتماعية والثقافية للسياحة في المجتمع المحلي "دراسة في أنثروبولوجيا السياحة"، الملتقى المصري للإبداع والتنمية ، ط2، الإسكندرية 1998.
20- يسري الجوهري، جغرافية السكان، منشأة المعارف ، الإسكندرية " بدون سنة نشر".
21- يسري دعبس، السلوك الاستهلاكي للسائح في ضؤ واقع الدول المتقدمة والدول النامية "دراسة في الأنثروبولوجية الاقتصادية"، الطبعة الأولى،البيطاش سنتر للنشر والتوزيع، الإسكندرية،2002.

**المقالات والدوريات:**

1- تراجع هجرة يهود فرنسا في إسرائيل في 2012 رغم"معاداة السامية"، جريدة إيلاف، مقالة، الأربعاء 10 أكتوبر -2012.
2- جريدة اليوم السابع المصرية، ارتفاع نسبة المسنين إلى 22% بحلول 2050، مقالة، عدد 29 مارس-2012.
3- جريدة الأهرام المسائي، العدد 8109، مقالة تحت عنوان: 500 ألف سائح بولندي زاروا مصر في 2012، عدد 10 يوليو ،2013.
4- سمير رضوان،هجرة العمالة في القرن الحادي والعشرين، مقالة منشورة بجريدة الأهرام ، عدد يونيو ، 2006.
5- منيرة أبو زيد،"الأوربي يقرأ 35 كتابا و80 عربيا يقرأون كتابا واحدا"، مقالة، جريدة السفير اللبنانية، 4-12-2009.
6- مجلة السياحة الإسلامية، السياحة الإنسانية،سياحة ذوي الاحتياجات الخاصة، مقالة،العدد37.
7- المركزي يعترف بتأثير الثورة على ايرادات السياحة ،جريدة المصري اليوم ،مقالة، عدد الخامس من مارس،2011.
8- وكالة (آكي) الايطالية للأنباء:37 ألف مهاجر إيطالي في الصين والهند، مقالة، 18 يناير 2010.

**الأبحاث:**

1- بختي إبراهيم- شعوبي محمود فوزي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية قطاع السياحة والفندقة، ورقة بحثية، مجلة الباحث، عدد7، 2009-2010.

2- توزع السكان الجديد، ورقة بحثية، مكتب الاحصاء السوري،.2008

3- فريال بنت محمد الهاجري،مستوى الدخل كأحد المقومات البشرية للسياحة ، ورقة بحثية ، مركز بحوث ودراسات مجلة المدينة المنورة ، 2003.

**التقاريروالاحصائيات:**

1- أحمد خليل الضبع،الهجرة الدولية للعمالة: الآثار والمستقبل ، تقرير، مجلة السياسة الدولية، العدد 125 ، يوليو 1996.

2- احصاءات الخصوبة، خالد زهدي خواجة، تقرير،المعهد العربي للتدريب والبحوث الاحصائية.

3- احصاءات ومقاييس الوفيات، خالد زهدي خواجة، تقرير، المعهد العربي للتدريب والبحوث الاحصائية.

4- الجدول الاحصائي "عدد الأميون الراشدون في العالم"- قاعدة بيانات معهد اليونسكو للاحصاء "2008".

5- ارتفاع متوسط عمر الانسان، تقرير منظمة الصحة العالمية،2011.

6- التقرير العالمي لرصد التعليم للجميع،2011، منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلم والثقافة.

7- الملتقى الاقتصادي العراقي الايطالي الأول 2012، تقرير"لماذا إيطاليا،26 يونيو 2012.

8- البنك الدولي "احتمال مشاركة المرأة في سوق العمل أقل من الرجال بمعظم البلدان" ، تقرير، 14-9-2012.

9- الهجرة الدولية والتنمية، تقرير، منظمة الأمم المتحدة، الجمعية العامة، 2012

10- الجهاز المركزى للتعبئة العامة والاحصاء،مصر،نشرة السياحة الشهرية، 2013.

11- شعبة السكان في إدارة الأمم المتحدة للشؤون الاقتصادية والاجتماعية، احصائية، حركة الهجرة الدولية 2010.

12- شعبة السكان التابعة لإدارة الشؤون الاقتصادية والاجتماعية بالأمم المتحدة، تقرير حالة سكان العالم 2011، صندوق الأمم المتحدة للسكان.

13- صندوق النقد الدولي IMF، احصائية، معدل الدخل الاجمالي العالمي، "2011".
14- قناة العربية، شيخوخة السكان في العالم، تقرير، محمد إبراهيم السقا، بتاريخ 8 يوليو 2011 "نقلا عن الاقتصادية السعودية".
15- مكتب السكان بالأمم المتحدة، احصائية، تطورات النمو السكاني في العالم حتى 2011.
16- مجموعة بوسطن الاستشارية،أمريكا،تقرير،2013.
17- منظمة السياحة العالمية، تقرير،2012.
18- منظمة السياحة العالمية،تقرير،2013.
19- منظمة السياحة العالمية، تقرير، 2016.

**المواقع الالكترونية:**

1- إيطاليا، ويكيبيديا ، الموسوعة الحرة.
2- بوابة الوفد الإلكترونية، 13.5 مليار جنيه خسائر السياحة، الخميس 12-مايو- 2011.
3- جريدة ميدل إيست الإلكترونية،مغارة جعيتا،لبنان، 24-1-2005.
4- موقع الهيئة العامة للاستعلامات، بوابتك إلى مصر، السياحة الرياضية.
5- موقع الهيئة العامة للإستعلامات، بوابتك إلى مصر، الصفحة الرئيسية.
6- موقع نقودي" تأثير الثورة على الاقتصاد التونسي"، 1-6-2011.
7- ويكيبيديا ،الموسوعة الحرة، معدلات الهجرة الصافية، 2008.
8- ويكيبيديا،الموسوعة الحرة، مؤشرات التنمية البشرية ، تقديرات"2011".
9- ويكيبديا،الموسوعة الحرة، جغرافية بشرية، توزيع السكان.

## ثانياً: المراجع الأجنبية:


**Books:**

1- C.Michael Hall، Tourim Planning .Policies، Processes and Relationships، Second Edition، Prentice Hall، England،2008.

2- C.M. Hall and S.J. Page. The Geography of Tourism and Recreation، Routledge، London،1999.

3- David Weaver، Martin Oppermann، Tourism Management، First Edition، John Wiley & Sons Australia، Ltd، 2000.

4- Demographic Change and Tourism، World Tourism Organization،European Travel Commission،2010.

5- Giorgio Castoldi، Accompagnatore Turistico ،Seconda Edizione،Edirore Ulrico Heopli Milano ،2003

6- Ian Yeoman،Cathy H. C. Hsu،Karen A.Smith and Sandra Waston، Tourism and Demography،Goodfellow Publishers،Oxford،2010.

7- J.P.Sangar ،Tourism Management ،Anmol،LTD،New Delhi،India.

8- Jean-Claude Chesnais، The Demgraphic Transition: Stages،Patterns،Economic Implications،Clarendon Press ،Oxford،1992.

9- Leonard J. Lickorish- Carson L.Jenkins ، An Introduction to Tourism ، Butterworth-Heinemann،Thomson Litho Ltd، East Kilbride، Scotland،1997.

10- National and Regional Tourist Planning، Methodologies and Case Studies، A World Tourism Organization Publication، Routledge، 1994.

11- Peter Burns And Andrew Holden،Tourism. A New Perspective،Prentic Hall،Bretain،1995

12- Robert Christie- Alastair M.Marrison، The Tourism System ،Second Edition، Prentice-Hall International ،Inc،USA.

13- Roger Doswell، Tourism : How effective management makes the difference،Butterworth،Heinemann،Oxford،1997.

14- Sergio Cherubini‹ Marketing Dei Servizi‹ Franco Angeli Milano‹1996.

15- Simone and Louise Hudson‹ Gulf Tourism‹ Good fellow Publishers‹ 2010.

16- Stephen Page‹ Tourism Management‹ Elsevier Ltd‹2007.

17- Tourism and Migration‹ Exploring the Relationship between Two Global Phenomena‹ World Tourism Organization‹ Madrid‹ Spain‹ First Printing‹2009.

18- William F. Theobald‹ Global Tourism ‹Third Edition‹ Elsevier‹2005.

**Articles&Periodicals**

1- e TN Global Travel Industry News‹ Tourists answers the call of nostalgia ‹ Article ‹Jan 01‹2008.

2- International Living‹ Magazine‹ Quality of Life Index‹2011

3- International Migration to double by 2050‹Article‹‹Rick Roth‹ Department of Geography‹University of Washington‹29-11-2010.

4- Maddison's forecasts revisited: What will the world look like in 2030Article‹‹Andrew Mold‹24 October‹2010.

5- Nostalgic Tourism‹Dale W.Rusell‹ Journal of Travel&Tourism Marketing‹ Volume25‹Issue2‹2008.

6- Participative Planning and Governance for Sustainable Tourism‹Bill Bramwell‹ Tourism Recreation Research‹Vol 35‹No.3‹2010‹Centre for Tourism Research and Development‹India.

7- Raymond Y.C Tse‹ ‹Estimating the impact of economic factors on tourism‹ evidence from Hong Kong ‹Article Hong Kong University‹2001.

8- The Demographic Transition: Three Centuries of Fundamental Change‹ Lee‹ Ronald‹ The Journal of Economic Association‹ Volume 17‹Number 4.

9- The Importance of The Human Element ‹Tourism in a world of technology‹ Article‹ Peter E.Tarlow ‹eTN Global Travel Industry News‹May02‹2011.

10- The Role of Shopping in Tourism Destinations ‹Peter Robinson‹ Article‹Oct‹2008.

11- Tourism Industry Intelligence‹ Prospects for the Emerging Travel Markets 2012‹Vol 17‹No 5‹2011.

12- Travel News Gazette ‹European online travel market grows rapidly‹ Article‹ Ozgur Tore‹ Monday‹19 March‹2012.

13- Travel sector eyes China‹ India‹ Brazil for boom‹Article‹ Jim Mannion‹ (AFP)‹May 17‹2011.

**Papers:**

1- Between Past ‹Present and Future – Implications of Socio-Demographic Changes in Tourism‹Philipe E. Boksberger‹Kristian J. Sund‹and Markus R.Schuckert (2008).

2- Course Title‹Tourism Demand Forecasting ‹Course Code:TM442‹

3- Factors Affecting Tourism‹Technological Factors‹2011.

4- Family Tourism ‹Carol Southal‹Tourism Insights‹ UK‹ Apr‹2010.

5- Forecasting Future Tourism Flow‹Hotemule‹Hospitality and Tourism Industry Portal‹Mar 12-2010.

6- Long Haul Tourism‹The EU market for wildlife travel‹ March‹2009.

7- Mijalce Gjorgievsk.2011‹ Analysis of the demographic potential in function of tourism‹ UTMS Journal of Economics 2 (1).

8- R Scheyvens - Development Bulletin‹ 2001. devnet.anu.edu.au3-

9- The Market for Responsible Tourism‹ Netherland Development Organization‹ SNV.

10- Tomorrow's Tourist ‹ Ian Yeoman‹2011.

11- Tourism in the face of 21st Century's Challenges، Wieslaw Bogdan Alejziak، Institute of Tourism Academy of Physical Education Cracow، Poland..

12- Wildlife Watching and Tourism، A study on the benefits and risks of a fast growing tourism activity and its impacts on species ، Richard Tappe Environment Business & Development Group،2006.

**Reports&Statistics**

1- Advancing Global Education، Patterns of Potential Human Progress،Volume2، Janet. R Dickson، Barry. B Hughes، Mohammad T. Irfan، Report، Oxford University Press، India.

2- Business week Magazine، Venessa Wong، Countries with the Most Millionaires 2010،Report،2010.

3- CIA World Factbook "Firtility Rates in Italy"، Statistic،(2012).

4- CIA World Factbook "Population Growth in France"، Statistic،(2012).

5- CIA World Factbook "Population Growth in Italy"، Statistic،(2012).

6- CIA World Factbook، ، Italy Economy Profile ، 19 July، 2012.

7- CIA World Factbook، France Economy Profile ،19 July، 2012.

8- CIA World Factbook،'Firtility Rates in France"،Statistic،(2012).

9- Climate Change and its Impacts on Tourism، Report Prepared for WWF-UK، David Viner and Maureen Agnew Climatic Research Unit، University of East Angila Norwich، UK NR4،July 1999.

10- Climate Change and Tourism، Responding to Global Chllenge، Report، World Tourism Organization and United Nations Environment Programme،2008.

11- Eduacation at a Glance 2011،OECD Indicators،Country Note-Italy،Report،OECD،2011.

12- Euro Challenge Programme، Italy 2012،Report،2012.

13- Global Forecast and Profile of Market Segment،World Tourism Organization، Report، 2001.

14- HSBC Calculations " The World in 2050"، January،2011.

15- IFs Version 6.12 base case forecast، "Statistics".

16- IMS Institute for Healthcare Informatics، The Global Use of Medicines: Outlook Through 2016،Report،July 2012،USA.

17- International Monetary Fund ،Statistic on World GDP Per Capita (2010-2011).

18- Migration Levels and Trends: Global Assessment and Policy Implications، Report، Department of Economic and Social Affairs(DESA)،United Nations، New York ،10 February، 2010.

19- NAS Insight، Healthcare Force work Outlook to 2018،Report،2010.

20- OECD Economic Surveys، Better Life Index، Italy 2011.

21- OECD Economic Surveys، Better Life Index،France2011.

22- Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat، World Population Prospect، Statistic، The 2008 Revision،2009.

23- PhoCusWright،Technolgy Use in the world، Statistic،2010.

24- Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat، World Population Prospects، Statistics، The 2011 Revisions،2012.

25- Population Division of the Department of Economic and Social Affairs of the United Nation Secretariat، World Urbanization Prospect، Statistics، The 2011 Revision.

26- Report on Demogaphic Change and Tourism (UWTO) ،Abstract، Publication Year،2010.

27- Ronald Berger، Strategy Consultant، Trend Compendium 2030، Report، 2007.

28- Strategic Global Outlook 2030، Alexander A. Dynkin، Report، Moscow، Imemo Ran،2011.

29- The 2011 Legatum Prosperity Index "Report on France"،Legatum Institute،2011.

30- The 2011 Legatum Prosperity Index "Report on Italy"،Legatum Institute،2011.

31- The characteristics and specific features of modern tourist demand، Report، Annals of DAAAM & Proceedings، January 01،2009.

32- The World Bank، "Urbanization in France"،Statistic،"2012 estimate".

33- The World FactBook CIA ، World Population Growth، Statistic، "2011 estimate".

34- The World FactBook CIA ،Firtility Rates، Statistic، "2011 estimate".

35- The World in 2050،Karen Ward، HSBC، Global Reasearch، Report، January 2011.

36- United Nation World Population،Statistics، (2009).

37- UNWTO، Firtility Rates، Statistics، (2009).

38- UNWTO، World Tourism Barometer،Report،Volume9،October 2011.

39- UWTO، Tourism Highlights،2012 Edition، Report،June،2012.

40- World Health Statistics،A Snapshot of Global Health"Report"،World Health Organization، 2012.

41- World of Work Report 2012،International Labour Organization، International Institute For Labour Studies،2012.

42- World Population Highlights،2009 World Population Data Sheet، Report، Jason Bremner، Carl Haub، Marlene Lee ، Mark Mather ، and Eric Zuehlke،Vol.64،No.3،September 2009.

43- World Tourism Barometer، Report،April 2013.

44- World Travel & Tourism Council، Travel &Tourism 2011،Report، 2011

**Websites:**


1- Economy of France، Wikipedia، the free encyclopedia.

2- geography-library.blogspot.com.

3- http://EzineArticles.com/?expert=Valery Karavasilev.

4- http://seniortravel.about.com/od/typesoftravelforseniors/a/Poverty-Tourism.htm.

5- http://topnews.net.nz/content/224940-depression-will-rule-world-2030.

6- http://www.abou-alhool.com/arabic1/ details. php?id= 25293 #. Ud1zgXTpfIU.

7- http://www.acus.org/event/new-world-global-migration-2030.

8- http://www.alalam.ir/news/1455127.

9- http://www.aljaredah.com/paper.php?source=akbar&mlf= interpage&sid =18376.

10- http://www.ameinfo.com/ar-89138.html.

11- http://amina20.ahlamontada.com/t6093-topic.

12- http://www.ankawa.com/forum/index.php?topic=654316.0.

13- http://www.discoveralex.com/ConferencesTour/default.asp.

14- http://www.feedo.net/LifeStyle/TravelTripsRelaxation/TourismAllOverWorld.htm.

15- http://www.french-property.com/newsletter/2008/6/16/france-population/.

16- http://www.immiweb.org/arabo/index.php.

17- http://www.indexmundi.com/facts/china/international-tourism،2011

18- http://www.irbidworld.com/portal?pid=7.

19- http://www.marefa.org/index.php/.

20- http://www.masr11.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=20079:2013-05-18-08-16-42#.Ud2pdnTpfIU.

21- http://www.moheet.com/show_news.aspx?nid=367108&pg=1.

22- http://www.networkworld.com/news/2010/010410-outlook-vision-predictions.html.

23- http://www.project-syndicate.org/commentary/why-more-migration-makes-sense/arabic..

24- http://www.sinotechblog.com.cn/index.php/component/content/article/56-opinion/555-online-bookings-fuel-booming-travel-sector.

25- http://www.thebeat.travel/post/2012/05/25/Business-Travel-Brazil-China-Forecast.aspx. May 25،2012.

26- http://www.unesco.org/new/ar/education/themes/leading-the international-agenda/education-for-all/resources/statistics/.

27- http://www3.youm7.com/News.asp?NewsID=580414.

28- https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2091rank.html.

29- http://faculty.imamu.edu.sa.

30- Immigration to France، Wikipedia، the free encyclopedia.

31- Mohd Hafez، Mohd Hanafiah، Mohd Fauzi، Tourism Demand in Malaysia، e-Essay، Universiti Teknologi MARA Malaysia ،2010.

32- Population Growth، Wikipedia، the free encyclopedia.

33- www.travelio.net/the-impact-of-demographic-change-on-tourism.html.

34- http://ar.egypt.travel/attraction/index/the-white-desert.

# تأثير التغيرات الديموغرافية العالمية على طبيعة الطلب السياحي الدولي

إن الطلب السياحي يتميز بتناميه في الوقت الحالي، وليس أدل على ذلك من تسجيل الطلب السياحي الدولي لمعدلات كبيرة ومتزايدة باستمرار، حيث تنامى هذا الطلب بنسبة 4.5% من يناير - أغسطس 2011، وسجلت المقاصد السياحية عبر العالم حركة سياحية تقدر بنحو 671 مليون سائح دولي في هذه الفترة أي بزيادة قدرها 29 مليون سائح عن نفس الفترة في العام السابق 2010 (والذي سجل عدد وصول كلي للسياحة الدولية بلغ 935 مليون سائح)، واستمر هذا المعدل في التزايد حتى وصل إلى أكثر معدل له عام 2015، حيث بلغ عدد السائحين المغادرين للخارج نحو مليار و184 مليون شخص (منظمة السياحة العالمية 2016). إن نجاح الدولة السياحية يعتمد على التفهم الناجح لجملة العوامل والتطورات المؤثرة على عملية الطلب السياحي، ومن ضمن هذه التطورات التي يجب أن تفهمها الدولة السياحية هي مسألة التغيرات الديموغرافية، والتي يقصد بها تلك الاختلافات والتغيرات التي طرأت على التركيبة الديموغرافية للسكان، هذه التركيبة التي تشمل بدورها عدة عناصر وتقسيمات مختلفة يطلق عليها "الظاهرة الديموغرافية"، وهذه العناصر تشمل عدة متغيرات مجتمعة مثل مستوى التعليم ومستوى الدخل والمستوى الاجتماعي والثقافي "القيم والطموحات" والعمر والجنس وتركيبة الأسرة والجنسية والمعتقدات الدينية والمستوى الصحي ومستوى المعيشة فضلاً عن عدة متغيرات أخرى هامة مثل معدلات الخصوبة والهجرة والنمط العمل



دكتور ناصر عبد الكريم الغرياني تخرج من كلية الاقتصاد قسم السياحة جامعة عمر المختار ليبيا 1996 وتحصل على ماجستير التسويق السياحي من معهد فلورنسا الدولي لعلوم السياحة إيطاليا 2004 ثم تحصل على درجة الدكتوراه في فلسفة الدراسات السياحية من جامعة الإسكندرية مصر 2014 له عدة كتب وبحوث منشورة في مجالي الاقتصاد والسياحة

NOOR
PUBLISHING



978-3-330-84357-8